# الاتصال الحكومي
# ممارسات ودراسات


د. محمد إبراهيم عايش
الجامعة الأمريكية بالشارقة

د. أحمد فاروق رضوان
جامعة الشارقة





SHARJAH GOVT
MEDIA BUREAU

International
Government
Communication
Centre

sgmb.ae

# الاتصال الحكومي
# ممارسات ودراسات

**د. محمد إبراهيم عايش**
الجامعة الأمريكية بالشارقة

**د. أحمد فاروق رضوان**
جامعة الشارقة

**الناشر:**

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة
المركز الدولي للاتصال الحكومي - قسم الدراسات والبحوث

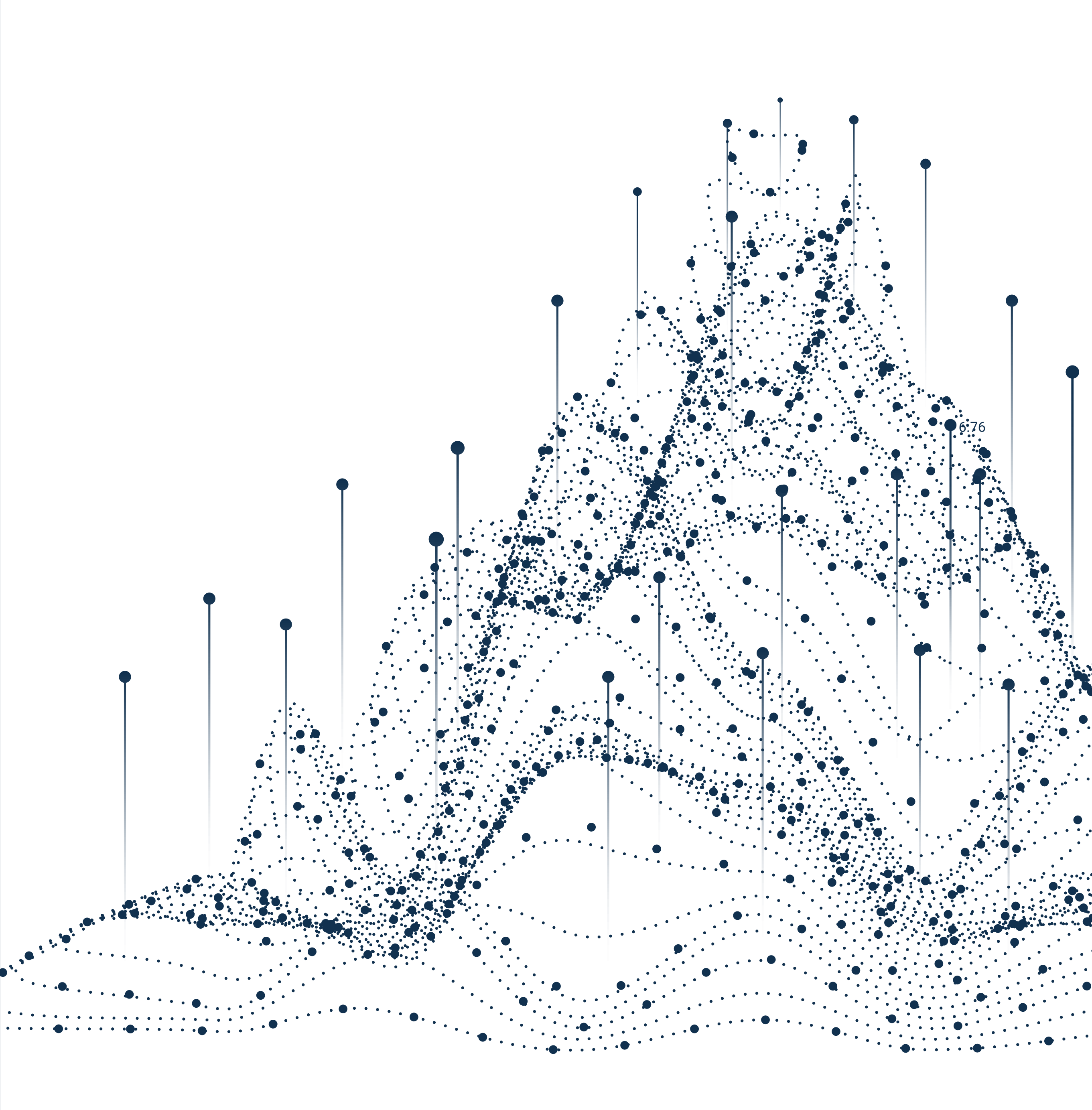
**مراجعة:**
أمل عنبر بشير – رئيس قسم الدراسات والبحوث
لينا جرادات – رئيس قسم المحتوى الإعلامي

**دولة الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، 2019**

# المحتويات

# توطئــــة

يأتـي هـذا الكتـاب كمبـادرة كريمـة مـن المكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة بهـدف توفيـر مـورد معرفـي ذي قيمـة للباحثيـن والممارسـين فـي مجال الاتصـال الحكومـي تمكنهـم مـن الاطـلاع على آخـر الاتجاهـات العلميـة والمهنيـة فـي هـذا المجـال الحيـوي الهـام. ويطيـب للباحثيـن: د. محمـد عايـش (الجامعـة الأميركيـة فـي الشـارقة) و د. أحمـد فـاروق (جامعـة الشـارقة) التقدم بالشـكر الجزيل للمكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة علـى إتاحـة الفرصـة لهمـا للمسـاهمة فـي تقديـم هـذا الجهـد، متمنيـن أن يجـد فيـه الباحثـون والممارسـون الفائـدة المرجـوة منـه.


6.76



# تقديم

# تقديم

لقد مثلت نهاية التسعينيات علامة فارقة في تطور الاتصال الحكومي كممارسة مهنية ذات هوية مميزة وكمجال بحثي وعلمي متكامل. ففي التسعينيات، أطلت ثورة المعلومات والاتصالات الرقمية على العالم وهي تحمل بشائر عصر جديد من التواصل عماده التفاعلية، وإلغاء مفاهيم الزمان والمكان، والوسائطية المتعددة في المحتوى الإعلامي، والأهم من هذا وذاك، التمكين غير المسبوق لأفراد الجمهور (المستخدمين) من التحول من مجرد متلقين سلبيين للرسالة الإعلامية إلى مشاركين نشطين ومبادرين في إطلاق الجهود الإعلامية والمشاركة فيها كأطراف ندية للمؤسسات الإعلامية والجهات الحكومية. ففي عصر شبكة الإنترنت والتواصل الاجتماعي، بات مفهوم الاحتكار الإعلامي شيئا من الماضي، وأصبح بإمكان المستخدم العادي من أفراد الجمهور الولوج إلى الفضاء الافتراضي الواسع والمساهمة في الحوارات والنقاشات التي تسعى للرقي بالخدمات الحكومية وتطوير التوجهات والسياسات الهادفة لخلق حالة من الرضا العالي بين الجماهير. وكان من نتائج احتضان الجهات الحكومية للتحولات التكنولوجية الرقمية في الإعلام والاتصال بروز ممارسات اتصالية مستندة تماما للنظام الرقمي والشبكي في الاتصال الحكومي، وأضحت تقاليد العمل الإعلامي في البيئة الحكومية تستمد نجاحها أكثر فأكثر من قدرتها على توظيف الأدوات والنظم الرقمية في صناعة المحتوى والتواصل والتقييم وإدارة العملية الاتصالية بكاملها في إطار منظومة إلكترونية وذكية للخدمات الحكومية. وكان من الطبيعي أن يلفت هذا التحول أنظار الباحثين في الاتصال والعلاقات العامة حول العالم بحيث أضحت المظاهر الرقمية والشبكية للاتصال الحكومي تشكل بعداً فكريا ونظريا لا يستهان به في دارسة ممارسات الاتصال الحكومي.

وأضحت تقاليد العمل الإعلامي في البيئة الحكومية تستمد نجاحها أكثر فأكثر من قدرتها على توظيف الأدوات والنظم الرقمية في صناعة المحتوى والتواصل والتقييم وإدارة العملية الاتصالية بكاملها في إطار منظومة إلكترونية وذكية للخدمات الحكومية. وكان من الطبيعي أن يلفت هذا التحول أنظار الباحثين في الاتصال والعلاقات العامة حول العالم بحيث أضحت المظاهر الرقمية والشبكية للاتصال الحكومي تشكل بعداً فكريا ونظريا لا يستهان به في دارسة ممارسات الاتصال الحكومي.

## مجـالات ممارسـة الاتصـال الحكومـي

فـي البيئـة الحكوميـة تسـتمد نجاحهـا أكثـر فأكثـر مـن قدرتهـا علـى توظيـف الأدوات والنظـم الرقميـة فـي صناعـة المحتـوى والتواصـل والتقييـم وإدارة العمليـة الاتصاليـة بكاملهـا فـي إطـار منظومـة إلكترونيـة وذكيـة للخدمـات الحكوميـة. وكان مـن الطبيعـي أن يلفـت هـذا التحـول أنظـار الباحثيـن فـي الاتصـال والعلاقـات العامـة حـول العالـم بحيـث أضحـت المظاهـر الرقميـة والشـبكية للاتصـال الحكومـي تشـكل بعـداً فكريا ونظريا لا يسـتهان بـه فـي دارسـة ممارسـات الاتصـال الحكومـي.

- **الاتصال الحكومي السياسي**
- **الاتصال الحكومي في مجالات التنمية**
- **الاتصال الحكومي أثناء الأزمات**
- **الاتصال الحكومي التشاوري**
- **الاتصال الحكومي الدولي**
- **الاتصال الحكومي لدعم الهوية الوطنية**
- **الاتصال الحكومي لدعم الشفافية**

ومـن الواضـح أن ثـورة الاتصـالات والمعلومـات الرقميـة قـد غيـرت وجـه الاتصـال الحكومـي حـول العالـم ليـس فـي مجـال تبنـي المبتكـرات التكنولوجيـة الجديـدة، بـل فـي مجـال خلـق ذهنيـة جديـدة لـدى القائمـين علـى الاتصـال الحكومـي، تؤكـد علـى مفاهيـم احتـرام آراء المسـتخدمين للخدمـات الحكوميـة، وتعزيـز التفاعليـة فـي الاتصـال، وتوظيـف المـوارد الرقميـة فـي تطويـر آليـات عمـل رشـيقة وأكثـر حركيـة فـي التعامـل مـع الطـوارئ والأزمـات، وتأكيـد أهميـة المتابعـة والرصـد فـي تقييـم مسـتوى تفاعليـة الجمهـور عبـر توظيـف التحليـلات الاجتماعيـة المناسـبة، وتبنـي ممارسـات أكثـر ابتكاريـة فـي صناعـة المحتـوى الإعلامـي، والأهـم مـن

ذلك التعامل مع الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي وليس كممارسة عمل يومية، تتقاطع مكوناته وأهدافه مع أهداف ومبادرات وخطط ومخرجات الخطط الاستراتيجية الشاملة للجهة الحكومية. ومن الملاحظ أن هذه الاتجاهات الحديثة في الاتصال الحكومي قد انعكست على واقع الممارسات حول العالم مما يسهم في بناء مجال مهني متميز يتمتع بمكونات تخصصية واضحة وقيم ومعايير أخلاقية محددة. كما انعكست هذه الاتجاهات أيضا في التوجهات البحثية والعلمية المتعلقة بالاتصال الحكومي، حيث باتت معظم الدراسات تركز أكثر فأكثر على الخصوصية الرقمية لقطاع الاتصال الحكومي في الإدارة وصناعة المحتوى والتفاعل مع المستخدمين وتقييم النتائج وتوظيفها في تطوير السياسات المتعلقة بالخدمات بشكل مستمر. وقد ركزت العديد من الدراسات على مجالات جديدة في الاتصال الحكومي في مجال تحليل الرؤي الاستراتيجية للجهات الحكومية، والمعايير والقيم التي ترتكز عليها تلك الرؤى في صياغة السياسات واتخاذ القرارات.

لقد بات جليا أن الاتصال الحكومي يلعب دوراً كبيراً في بناء صورة المنظمة الحكومية، وإبراز دورها في المجتمع المحلي والعالمي، وإيصال رسالتها الخدمية أو التنموية وذلك لتحقيق تواصل فعال مع المجتمع بكافة فئاته. فالاتصال الحكومي يساهم في دعم ثقة المجتمع بالمؤسسة، وبيان دوره، والخدمات التي تقدمها للأفراد. وفي ظل التطور الملحوظ والمتسارع الذي أشرنا إليه سابقا في الاتصال ووسائله، ومع تعدد وتنوع حاجات الجمهور المعلوماتية والخدمية، أصبح لزاماً على الحكومات تلبية تلك الحاجات عبر اتصال متفاعل حديث. ووفقاً لهذا المنطلق، نجد أن الاتصال الحكومي الفعال يرتكز على مبادئ مهمة، أهمها خلق قدر عال من التفاعل مع الجمهور عبر التعرف على احتياجاته المختلفة، وتوفير المعلومات اللازمة، وإتاحة الفرصة له للتعبير عن أراءه ومقترحاته ومشكلاته، من خلال الاعتماد على قيم السرعة والموضوعية والدقة والمساواة والشفافية. وفي الوقت ذاته، فإن هناك العديد من المسئوليات التي يختص بها الاتصال الحكومي، فهناك مسؤوليات تجاه العاملين في المنظمات الحكومية باختلاف مستوياتهم الإدارية حيث يعمل الاتصال على ترسيخ مفاهيم التفاعل والتواصل لدى هؤلاء العاملين مع منظماتهم ومع جمهور المتعاملين، إلى جانب إحاطتهم بمجريات التطور والتغير في منظماتهم ومساعدتهم على التكيف معها. وهناك مسؤوليات تجاه المجتمع وأفراده تتمثل في التوعية الخاصة بالمجالات التنموية المتنوعة مثل الصحة أو البيئة أو غيرها، إلى جانب إحاطة المواطنين علماً بمجريات الأحداث الوطنية وبالسياسات والقرارات التي تمس حياتهم اليومية بصورة سريعة وصادقة ومتكاملة. ومن خلال التزام الاتصال الحكومي بهذه المبادئ والمسؤوليات يمكن لنا تقييم قدرته على التواصل مع الجمهور والذي يدعمه وجود بيئة إلكترونية للمنظمة تقوم بدور مهم في تحقيق الاتصال المستدام، وكذلك التعريف بدور المنظمة المجتمعي ومدى التزامها بالاستدامة، وتقديم الدلائل على هذا الالتزام.

وفـي عصـر التحـولات الرقميـة فـي الاتصـال والخدمات، فمن الضروري النظر للاتصال الحكومي كأحـد القطاعـات الرئيسـة فـي الحكومـة الإلكترونيـة أو الحكومـة الذكيـة. فمـن أبـرز أهـداف الحكومـة الإلكترونيـة تقديـم المعلومـات الموثوقـة والواضحـة والحقيقيـة إلـى الجمهـور حـول سياسـاتها وأنشـطتها وخدماتهـا، وذلـك مـن خـلال اتصالهـا المباشـر بالجمهـور عبـر وسـائلها المختلفـة أو مـن خـلال وسـائل الإعـلام. وفـي ظـل نمـو تطلعـات ورغبـات الجمهـور ووسـائل الإعـلام، أصبـح مـن الضـروري علـى الحكومـات تطويـر اتصالاتها من حيث المضمـون ومن حيث الاعتماد على تكنولوجيا الاتصـال الحديثـة للوصـول إلـى الجمهـور. وتتحـدد مبـادئ الاتصـال الحكومـي فـي الانفتـاح علـى المجتمـع والتواصـل معـه بجديـة، المباشـرة والوضـوح فـي نقـل المعلومـات، التواصـل المسـتمر مـع الجمهـور وإشـراكه فـي عمليـات اتخـاذ القـرار والتعـرف علـى آرائـه، التقديـم الإيجابـي لسياسـات الحكومـة وإنجازاتهـا، اسـتخدام كافـة وسـائل الاتصـال المتاحـة، والتعـاون مـع وسـائل الإعـلام ومنظمـات المجتمـع المدنـي. وقـد تزايـد اهتمـام الـدول والحكومـات باسـتخدام وسـائل الاتصـال الحديثـة فـي التواصـل مـع المتعامليـن، وهـي الوسـائل التـي مكنـت هـذه الحكومـات مـن التواصـل السـريع والدائـم مـع جمهورهـا، كمـا مكنتهـا مـن تقديـم معلومـات كاملـة وصحيحـة وشـفافة إليهـم بشـكل يؤسـس لعلاقـة ثقـة بينهـا وبيـن مسـتخدمي هـذه الوسـائل، وبمـا يضمـن لهـا التعـرف علـى احتياجاتهـم وردود أفعالهـم وتسـاؤلاتهم، والـى إشـراكهم فـي اتخـاذ القـرار وإلـى نشـر قيـم وأفـكار معينـه بينهـم تهـدف لصالـح الدولـة والمجتمـع. وبالتالـي فـإن الحكومـة الإلكترونيـة تعتمـد علـى وسـائل الاتصـال والمعلومـات الحديثـة ومنهـا الإنترنـت والتـي أصبحـت وسـيلة الاتصـال الأكثـر أهميـة فـي دعـم التفاعـل بيـن المنظمـة وجمهورهـا، فلـم تعـد وسـيلة نشـر للمعلومـات بسـرعة وعلـى نطـاق واسـع فحسـب، وإنمـا أصبحـت وسـيلة لتطويـر العلاقـة بيـن المنظمـة والجمهـور مـن خـلال دعـم التفاعـل وإشـراك الجمهـور فـي العمليـة الاتصاليـة ولذلـك أصبحـت المواقـع الإلكترونيـة مـن أفضـل وسـائل الاتصـال لبنـاء العلاقـة مـع الجمهـور والاحتفـاظ بهـا، وذلك لاتسـامها بعـدد مـن المميـزات المهمـة ومنهـا، ثـراء المحتـوى والـذي يتحقـق مـن خـلال إمكانيـة تقديـم المضمـون عبـر أسـاليب عـرض متنوعـة وبثـراء كمـي وكيفـي ، كمـا تمتـاز بمرونـة التصميـم والـذي يتيـح للمسـتخدم القـدرة علـى البحـث عـن المعلومـات والحصـول عليهـا، إلـى جانـب قدرتهـا علـى التفاعـل وتكلفتهـا المناسـبة .وتسـتعين الحكومـات بتقنيـات المعلومـات والاتصـالات الحديثة التـي تدعـم التحـول فـي تعاملهـا وعلاقتهـا مـع المواطنيـن، وتمكـن هـذه التقنيـات الحكومـات مـن زيـادة فـرص الوصـول إلـى المواطنيـن والمجتمعـات المدنيـة لتحديـد احتياجاتهـم وأولوياتهـم فـي السياسـات والخدمـات العامـة. وفـى المقابـل تمكـن التقنيـات المواطنيـن مـن الوصـول إلـى المؤسسـات العامـة وإسـماع أصواتهـم للجهـات الحكوميـة. فالمشـاركة الإلكترونيـة هـي إذاً عمليـة إشـراك المواطنيـن مـن خـلال تقنيـات المعلومـات والاتصـالات فـي السياسـة وصنـع القـرار لجعـل الإدارة العامـة تشـاركية وشـاملة وتعاونيـة وهادفـة.

الإلكترونـي للأحـداث التشـاركية، وحـق المواطنيـن فـي المعلومـات الحكوميـة، ومخرجات المشـاركة فـي السياسـة الجديـدة أو الخدمـة أو صنـع القـرار، فهـي تمكـن المواطنيـن مـن المشـاركة بشـكل هـادف وفعـال فـي السياسـات العامـة والمشـاركة فـي تطويـر وتوصيـل الخدمـات. وهـو مـا يمكّـن بالتالـي الحكومـات مـن تحقيـق مفاهيـم الحكومـة المتكاملـة والتعاونيـة، والتـي تعنـي أن تعمـل المنظمـات الحكوميـة علـى تحقيـق الاسـتجابات المتكاملـة تجـاه القضايـا وصنـع السياسـة وإدارة البرامـج وتقديـم الخدمـات. وذلـك فـي إطـار التعـاون مـع الجهـات الأخـرى الفاعلـة غيـر الحكوميـة بهـدف زيـادة فاعليـة الاسـتجابة الحكوميـة وتقديـم الخدمـة بصـورة أفضـل، وزيـادة القيمـة العامـة مـن خـلال تعزيـز التعـاون والتنسـيق مـع القطـاع الخـاص والمجتمـع المدنـي.

وتتجـه حكومـات الـدول المختلفـة إلـى دعـم تواجدهـا عبـر الأنترنـت وتفعيـل خدماتهـا وتواصلهـا مـن خـلال هـذه الوسـائل، حيـث لخـص تقريـر الأمـم المتحدة للحكومـة الإلكترونية أسـباب ذلـك فيمـا يلـي:

- التحديات التنموية التي تواجه الحكومات المختلفة والتي تتطلب التعاون والتعامل بفاعلية مع الأفراد والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة الأخرى.
- مواكبة تطلعات المواطنين للحصول على خدمات فعالة ومتكافئة.
- دعم مشاركة المواطنين في عمليات صنع القرار والمشاركة الهادفة في الشؤون العامة.
- التكيف مع التطور المعلوماتي والتقني.
- التعاون بين الحكومات في القضايا الدولية.

كما أوضح التقرير أن الهدف من تنمية الخدمات الحكومية الإلكترونية يتحدد في تقديم خدمات أكثر شمولية وأعلى جودة ، تحقيق مبادئ الانفتاح والشفافية والمساءلة والفاعلية ، والاستجابة لمطالب المواطن المتزايدة ودعم الثقة في الحكومة وتحقق الحكومة الإلكترونية العديد من المزايا ومنها تحقيق الشفافية الحكومية من خلال إتاحة المعلومات والقوانين واللوائح الحكومية على الإنترنت ، وتقليص النفقات من خلال توفير الجهد والموارد المخصصة لكل خطوة من الإجراءات الحكومية التقليدية ، إلى جانب زيادة جودة الخدمات الحكومية من خلال الحصول على الخدمات في أي وقت وبسرعة فائقة ، إلى جانب تقديم الخدمة من خلال نمط موحد لا يتأثر بالفروق الفردية بين مقدمي الخدمة. كما أنها تحقق تكاملاً بين المؤسسات الحكومية بحيث يتعامل المتعامل معها على أنها وحدة متكاملة مما يقلل الجهد والوقت ويمنع التضارب في الاختصاصات بين المؤسسات الحكومية. ويحقق تنفيذ الخدمات الحكومية عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية العديد من الأهداف ومنها: رفع مستوى الأداء: من خلال انتقال المعلومات بين الدوائر الحكومية بدقة مما يؤدي إلى تقليص الازدواجية في إدخال البيانات، وزيادة دقة البيانات والثقة فيها، وتقليص الإجراءات الإدارية وكذلك الاستخدام الأمثل للموارد البشرية مما يوفر الجهد المبذول، فضلاً عن مواكبة التطور التكنولوجي والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات.

إن مراجعة سريعة لساحة الممارسات الحديثة في الاتصال الحكومي تبين بوضوح مستوى النقلات التي شهدها القطاع في إدراك الجهات الحكومية لأهميته، وفي توظيفه للأدوات الشبكية والمنصات الاجتماعية والتحليلات الاجتماعية وفي وضعه في الإطار الاستراتيجي للفضاء الحكومي بحيث غدا جزءاً لا يتجزأ من منظومة العمل الحكومي. وعند الحديث عن آخر الممارسات المهنية في الاتصال الحكومي، فإن أول ما يتبادر لأذهاننا ما تقوم به جهات حكومية متميزة في هذا المجال في دول مثل المملكة المتحدة، وأستراليا وغيرها حيث وضعت اللبنات الأساسية لنشأة وتطور هذه الممارسة. ولا بد من الإشارة هنا إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة تعد من أوائل الدول التي أولت الاهتمام المناسب للاتصال الحكومي في المنطقة العربية حيث قامت بإنشاء مكتب الاتصال الحكومي لحكومة الإمارات في الأمانة العامة لمجلس الوزراء وزارة شؤون مجلس الوزراء والمستقبل، إذ يقوم بدور محوري في تعزيز قنوات الاتصال بين الجهات الاتحادية وبناء نظام متكامل للاتصال الداخلي والخارجي في الحكومة الاتحادية يواكب التطورات العالمية في هذا المجال.

وأضحت إمارة الشارقة حاضنة عالمية للاتصال الحكومي من خلال تنظيم المنتدى الدولي للاتصال الحكومي في مدينة الشارقة الحدث الأول من نوعه على مستوى المنطقة الذي يستهدف بناء منظومة متكاملة لفكر الاتصال الحكومي على المستوى المحلي والدولي،

وأضحى منصة مهمة للمناقشات والمداولات المهنية والعلمية المتعلقة بهذا القطاع. كما أن إنشاء المركز الدولي للاتصال الحكومي تحت مظلة المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة يعد إنجازاً مهماً في جهود تطوير القطاع والارتقاء به.

## الممارسة الاتصالية الحكومية الجيدة تعتمد على المعايير التالية

حكومة واحدة، صوت واحد
One Government, One Voice

اتصال يركز على حاجات الجمهور
Audience-Centric Communications

ممارسو اتصال يتسمون بالمهارة والمرونة
Agile Communications Teams

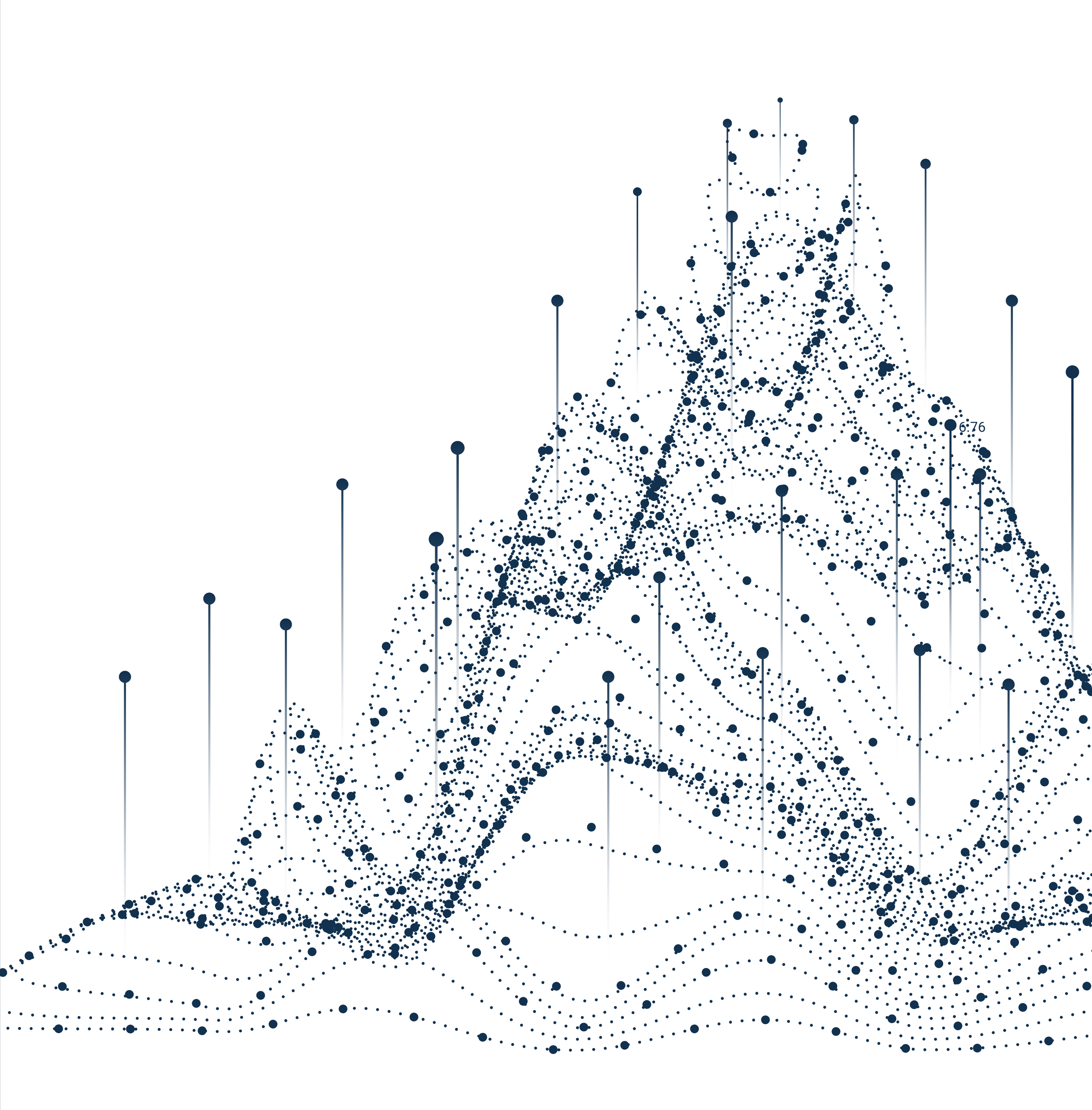
اتصال يتعامل مع الوسائل الرقمية
Digital and Open by Default

اتصال يركز على الحوار والمشاركة
Focus on Dialogue and Engagement

اتصال يعتمد على رواية القصة الحكومية
في بناء المحتوى
Driven by Storyline

اتصال يهتم ببيئة تلقى الجمهور للرسالة
Delivery

قياس مستمر لتحقق الأهداف والتعرف على النتائج
Results-Based


6.76



## الاتجاهات العامة للممارسات المهنية والدراسات العلمية في مجال الاتصال الحكومي

1. الاتجاهات العامة للممارسات المهنية والدراسات العلمية في مجال الاتصال الحكومي
2. الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي
3. الاتصال الحكومي كممكّن فاعل في التعامل مع الطوارئ والأزمات
4. الاتصال الحكومي كفضاء رقمي وشبكي مفتوح
5. الاتصال الحكومي كمنصة تفاعلية وحوارية
6. الاتصال الحكومي كقطاع يستند إلى قياس وتلبية احتياجات الجمهور

# الاتجاهات العامة للممارسات المهنية والدراسات العلمية في مجال الاتصال الحكومي

يتضمن هذا الجزء عرضاً لأبرز الممارسات المهنية والدراسات العلمية حول العالم والمتعلقة بخمسة اتجاهات رئيسة تشمل مقاربة الاتصال الحكومي من وجهة نظر استراتيجية، وكأداة فاعلة في التعامل مع الأزمات والطوارئ، وكفضاء تفاعلي ومفتوح، وكمجال إبداعي في صناعة المحتوى الإعلامي وكمنهجية عمل تركز على قياس تفاعل المستخدمين وتلبية احتياجاتهم. ويهدف هذا الجزء إلى إلقاء الضوء على مجالات التقاطع بين الواقع العملي لممارسة الاتصال الحكومي والمقاربات العلمية حول الموضوع مع تقديم مقترحات لجسر الفجوات بين الممارسة والبحث العلمي في هذا المجال الحيوي.

# ملامح تطور دراسات الاتصال الحكومي التسعينيات

## التسعينيات

دور الاتصال الحكومي في نشر المعلومات

حملات الاتصال الإقناعية.

## من 2000 إلى 2010

دور الاتصال الحكومي أثناء الأزمات

دور الاتصال الحكومي في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور

مستويات الاتصال الحكومي داخل المنظمة ، بين الجهات الحكومية، داخل الدولة وخارجها

توظيف الاتصال الحكومي لوسائل الاتصال الحديثة

## من 2010

التفاعل الحكومي مع الجمهور عبر المواقع الإلكترونية الحكومية و وسائل التواصل الاجتماعي

دور الاتصال الحكومي في دعم عمليات مشاركة المواطنين في اتخاذ القرار

## 1.2 الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي

يمثل الاتصال الحكومي قطاعاً استراتيجياً بامتياز بسبب مستوى التوقعات المرجوة منه وتغلغلها في ثنايا القطاعات الحكومية الأخرى، وعمق ارتباطه بنجاح الخطط الاستراتيجية والتشغيلية للجهاز الحكومي. وفي ضوء ذلك، لم يعد ممكنا مقاربة الاتصال الحكومي بناء على تأدية مهام يومية بشكل منعزل عن المهام التي تقوم بها القطاعات الحكومية الأخرى في مجال الخدمات، بل أضحى المحرك الأساسي لتلك القطاعات وأحد العوامل الضامنة لنجاحها في تأدية مهامها. وقد انعكس هذا التوجه في الخطط الاستراتيجية التي تضعها المؤسسات الحكومية لقطاع الاتصال الحكومي، حيث بات هذا الفكر منبثقا من رؤى ورسائل تلك المؤسسات، ومرتبطا بشكل وثيق بمبادراتها ومؤشرات الأداء الرئيسة فيها، وبخططها التشغيلية وميزانياتها المتوفرة، وبمنهجيات تقييم الأداء المعتمدة منها. وباستعراض واقع إدارة الاتصال الحكومي في دول العالم المختلفة مثل جنوبي إفريقيا والمملكة المتحدة وأستراليا ، نجد أن الفكر الاستراتيجي هو الفكر المهيمن في عملية التخطيط والبرمجية والتقييم في هذا القطاع. وفي جميع النماذج التي تم رصدها حول البعد الاستراتيجي للاتصال الحكومي، تبين وجود خطط استراتيجية واضحة تقوم على بلورتها وتطويرها فرق متخصصة يشارك في عضويتها ممثلو القطاعات الحكومية الأخرى بهدف ضمان تداخل إيجابي بين الرسائل الاتصالية التي يتم بثها والخدمات التي تقدمها تلك القطاعات. وتتميز الخطط الاستراتيجية للاتصال الحكومي في تلك الدول بوضوح الأهداف المتوقعة وإمكانية قياسها بشكل علمي. فعلى سبيل المثال، شملت التوقعات من الخطة الاستراتيجية للاتصال الحكومي في جنوبي إفريقيا رفع وتيرة التفاعل في البيئة الافتراضية، وتحسين التغذية الراجعة حول الخدمات المقدمة، ورفع مستوى الثقة مع الجمهور، وجميعها أهداف استراتيجية تحتاج لفترة زمنية للتحقيق.

وفـي مجـال البحـوث العلميـة، حظـي التفكيـر الاسـتراتيجي فـي الاتصـال الحكومي باهتمامات واسـعة مـن الباحثيـن الذيـن سـعوا لإلقـاء الضـوء علـى عمليـة التخطيـط الاسـتراتيجي والأهـداف الاقتصاديـة والثقافيـة والاجتماعيـة المتوقعـة مـن المبـادرات الاسـتراتيجية فـي هـذا القطـاع. وقـد تنـاول عـدد مـن الدراسـات اسـتراتيجيات وسياسـات الاتصـال الحكومـي وأسـاليب بنـاء اتصـال فعـال مـع المجتمـع وفئاتـه لتحقيـق رؤيـة الحكومـة ورسـالتها، حيـث أكـدت علـى أن الاتصـال الحكومـي هـو اتصـال اسـتراتيجي يهـدف إلـى وضـع وتنفيذ سياسـات اتصالية لتحقيق رؤى الحكومة ومؤسسـاتها وتنفيـذ اسـتراتيجياتها. كمـا تناولـت الدراسـات أهـداف الاتصـال الحكومـي المتعـددة والتـي تمثلـت فـي تحقيـق أبعـاد سياسـية واقتصاديـة وثقافيـة واجتماعيـة وتنمويـة وإنسـانية، وأكـدت علـى توظيـف الاتصـال الحكومـي لمختلـف وسـائل الاتصـال مـع الجمهـور، ومراعـاة احتياجاتـه وسـماته وخصائصـه سـواء بهـدف تقيـم المعلومـات أو الإقنـاع. كمـا أبـرزت تلـك الدراسـات اعتمـاد الاتصـال الحكومـي علـى قيـم متعـددة منهـا حـق المواطـن فـي الحصـول علـى المعلومـات والشـفافية فـي التعامـل معـه، ومراعـاة الدقـة والسـرعة والجـودة عنـد تقديـم المعلومـات للجمهـور. وفيمـا يلـي عـرض بهـذه الدراسـات:

- أشـارت دراسـة Liu & Horsley ,2007 إلـى تطـور نمـاذج ودراسـات الاتصـال الحكومـي والتـي بـدأت بالتركيـز علـى تقديـم المعلومـات للجمهـور وتنفيـذ حمـلات إقناعيـة، ثـم الاهتمـام بـإدارة الأزمـات وتطويـر عمليـة الاتصـال الحكومـي بحيـث يتـم التركيـز علـى الاتصـال المتـوازن مـع الجمهـور، ثـم الاهتمـام بالمجـالات التـي يتعامـل معهـا الاتصـال الحكومـي، وصـولاً إلـى التركيز علـى مسـتويات الاتصـال الحكومـي والتـي تتضمـن الاتصـال داخـل المؤسسـة الحكوميـة، والاتصـال بيـن المؤسسـات الحكوميـة، والاتصـال مـع قطاعـات الدولـة المختلفـة، وأخيـراً الاتصـال الخارجـي.

- دراسـة Liu , Horslay & levenshus ,2010 والتـي تناولـت مـدى الاختـلاف فـي ممارسـات الاتصـال الحكومـي والاتصـال المؤسسـي فـي الولايـات المتحـدة الأمريكيـة، وذلـك علـى عينة مـن 976 مـن هيئـات وشـركات حكوميـة وخاصـة. وتوصلـت الدراسـة إلـى أن الاختـلاف فـي بعـض سياسـات الاتصـال وممارسـاته لـدى هـذه الجهـات يعـود إلـى تأثيـر عوامـل متنوعـة منهـا الأبعـاد السياسـية والقانونيـة، معاييـر التغطيـة الإعلاميـة، تأثيـر المجتمـع، سياسـات التقييـم المسـتخدمة، الميزانيـة، وحجـم الاتصـال المطلـوب. وأشـارت الدراسـة إلـى أن كل مـن الجهـات الحكوميـة والخاصـة تتفـق فـي مـدى الاهتمـام بتطويـر مهـارات العامليـن فـي إدارات الاتصـال وكذلـك فـي مراعـاة اختـلاف وتنـوع الجمهـور وحاجاتـه واهتماماتـه.

- واستعرضت دراسةAgerdal & Valentini, 2015 التي أجريت في الدانمارك استراتيجيات الاتصال الحكومي بالدولة، وتوصلت إلى أن هذه الاستراتيجيات تعتمد على قيم الشفافية والتعاون مع الجمهور وبناء الثقة ونشر المعلومات السليمة. واعتمدت الدراسة على كل من المقابلات ومجموعات المناقشة مع مسؤولي الاتصال الحكومي، وكذلك تحليل الوثائق لدراسة استراتيجيات الاتصال المعلنة والمنفذة من خلال الهيئات الحكومية. كما أشارت الدراسة إلى اهتمام مسؤولي الاتصال ببناء حوار مع الجمهور والتفاعل معه والتأثير عليه بما يحقق مصلحة المجتمع. وهو ما اكد عليه أيضاً كل من Zhang & Chen 2015, حيث أشارا إلى أهمية تطبيق معايير الشفافية في الاتصال الحكومي لكسب ثقة الجمهور وهو ما يحقق اتصال حكومي منفتح ، إلا أنهما أشارا أيضاً إلى عدم التزام بعض الحكومات بهذه المعايير.

- واستهدفت دراسة Hasdemir, 2016 تناول الحق في المعلومات والاتصال بين الحكومة والمواطنين في تركيا خلال مدة عشر سنوات منذ الإعلان عن قانون الحق في المعلومات بالدولة. وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الاتصال الحكومي بتحقيق مبدأ الشفافية عند نشر الأخبار والمعلومات الحكومية، بما يحقق ثقة المواطنين في الأداء الحكومي، وبما يدعم حرية الإعلام وقدرته على تناول القضايا والموضوعات الحكومية.

- وتناولت دراسة Ruijer,2016 شفافية الاتصال الحكومي في كل من الولايات المتحدة وهولندا من خلال دراسة كيفية تعامل مسؤولي الاتصال الحكوميين في الدولتين مع المعلومات وأسلوب نشر هذه المعلومات للجماهير المختلفة، وأشارت الدراسة إلى أن تبني الجهة الحكومية لمعايير الشفافية ونشر المعلومات الموثوقة تؤثر على عمل ممارسي العلاقات العامة ، كما أن الشفافية لا تعني الإفصاح عن المعلومات وجودتها فقط وإنما تعنى أيضاً إشراك الجمهور في اتخاذ القرار، وتوصلت الدراسة إلى التزام مسؤولي الاتصال في الولايات المتحدة بالشفافية بصورة أكبر من نظرائهم في هولندا.

- كما ألقت دراسةFredriksson ,2016 الضوء على استراتيجيات الاتصال في عدد من المؤسسات الحكومية السويدية، وتوصلت إلى وجود تباين في كل من الاستراتيجيات والقيم والمبادئ الخاصة بهذه الجهات. وذلك عبر تحليل سياسات الاتصال في 179 جهة حكومية. واعتمدت الدراسة على تقييم سياسات كل جهة في إدارة سمعتها ودعم علاقتها بالمتعاملين من الأفراد والهيئات الأخرى، وتطوير أهداف الاتصال ووظائفه، حيث قامت الدراسة بتحليل دليل الهوية المؤسسية والسياسات الإعلامية للجهة الحكومية، وسياسات موقعها الإلكتروني وحسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

- وفـي الدانمـارك تنـاول Salomonsen, Frandsen & Johansen, 2016 البعـد الخـاص بالمشـاركة المجتمعيـة فـي الاتصـال الاسـتراتيجي بعينـة مـن المنظمـات الحكوميـة وكشـفت الدراسـة علـى أن التوظيـف الجيـد لوسـائل الإعـلام مـن قبل المنظمـات الحكوميـة والتفاعل مع الضغـوط التـي يمكـن أن تمارسـها يسـاهم فـي تحقيـق الأهـداف السياسـية لهـذه المنظمـات، وكشـفت أيضـاً علـى أن وعـي الإعـلام باسـتراتيجيات الاتصـال الحكوميـة يسـاهم فـي تحقيـق دعـم ومشـاركة الوسـائل فـي فعاليـات تحقيـق هـذه الاسـتراتيجيات.

- دعـت دراسـة Sanina, Balashov, Rubtcova & Satinsky ,2017 عـن الاتصـال الحكومـي في مجـال قطـاع الأعمـال بروسـيا إلـى ضـرورة اختيـار الوسـائل الملائمـة للجمهـور المسـتهدف، مع عـدم أغفـال دور الاتصـال المباشـر فـي تحقيـق الأهـداف الحكوميـة وذلـك وفـق خطـة اتصـال اسـتراتيجية يتـم مـن خلالهـا تحديـد دور كل وسـيلة فـي تحقيـق أهـداف هـذه الاسـتراتيجية.

- وأشـارHo & Cho ,2017 إلـى أن الاهتمـام بتحسـين الجـودة والمحتـوى يـؤدي إلـى تحيـق أهـداف الاتصـال وذلـك فـي دراسـة علـى شـرطة تكسـاس بالولايـات المتحـدة للتوعيـة الأمنيـة ضـد السـرقات، حيـث توصلـت إلـى أن التقييـم الايجابـي للجمهـور لـكل من الموقـع الإلكتروني الخـاص بالشـرطة وأعمالها بالتلفزيـون، سـاهم فـي اسـتجابة الجمهـور للسـلوكيات المـروج لهـا فـي الحملـة.

- وتوصلـت دراسـة Jansen , Stoep & Jachemsen 2017 , إلـى تعـدد سياسـات الاتصـال الحكومـي فـي مجـال البيئـة بألمانيـا باختـلاف الجهـات التـي تتولـى مسـؤولية التعامـل مـع القضايـا البيئيـة وفقـاً لاهتمـام وتخصـص كل جهـة.

- وحـول الاتصـال وقيـم المواطنـة تناولـت دراسـة Youmans ,2017 الحملـة التـي قامـت بهـا المخابـرات الأمريكيـة لإقنـاع الأمريكييـن العـرب فـي مدينـة ديترويـت بالعمـل فـي المخابـرات لحاجتهـا لعامليـن يجيـدون العربيـة، حيـث ركـزت الحملـة فـي رسـائلها علـى البعـد الفكـري والثقافـي للعـرب الأمريكييـن مـن خـلال عـرض إعلانـات فـي محطـات التلفزيـون المحليـة ونشـر إعلانـات بالصحـف تركـز علـى قيـم حمايـة الوطـن وأهميـة أن يقـوم كل أمريكـي عربـي بـدوره فـي هـذا الشـأن، كمـا ركـزت الحملـة علـى تواجـد مسـؤولي الجهـاز فـي المناسـبات والاحتفـالات العربيـة.

- وكشـفت دراسـة Kim & Krishna , 2018 عـن تأثيـر إدراك المتعامليـن بالاتصـال الحكومـي فـي كوريـا الجنوبيـة علـى اتجاهاتهـم نحـو السياسـات الحكوميـة. وتوصلـت الدراسـة إلـى أن

هناك علاقة بين ارتفاع مستوى الإدراك الإيجابي والفهم للسياسات والتوجهات الحكومية وبين فاعلية مشاركة الجمهور في المبادرات الاتصالية للجهات الحكومية وتفاعله وتعاونه، وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن عدم اقتناع الجمهور وسخريته من أداء بعض الجهات الحكومية يرتبط بقصور أداء البرامج الاتصالية لهذه الجهات.

- واستهدفت دراسة Soukenik , 2018 قياس إدراك كل من المتعاملين والمؤسسات للاتصال الحكومي في جمهورية التشيك، وأوصت بضرورة تطوير سياسات الاتصال بالدولة لزيادة معدلات الثقة في الأداء الحكومي وتحقيق ديموقراطية الاتصال. كما أوصت الدراسة بضرورة إجراء الدراسات المستمرة للتعرف على تقييم الجمهور للأنشطة الاتصالية الحكومية، وتطوير الاتصال مع الجمهور الداخلي من العاملين بالهيئات الحكومية، ومؤسسات الدولة بعضها البعض.

- وقامت دراسة, Ohlrogge & Suggs 2018 بتحليل محتوى الحملة الاتصالية التي تم تنفيذها في خمس دول أوروبية وهي النمسا، ألمانيا، مالطا، ايرلندا، والمملكة المتحدة للتعريف بأهمية التطعيم ضد مرض الأنفلونزا . وأشارت الدراسة إلى أن الحملة استهدفت تقديم معلومات وحقائق عن أهمية التطعيم بهدف الوقاية. وتوصلت الدراسة إلى اختلاف محتوى الحملة بين الدول عن الأهداف العامة التي وضعها الاتحاد الأوروبي للتعريف بمزايا التطعيم والوقاية، وأوصت بضرورة توافق استراتيجية الحملة الاتصالية مع محتوى الرسالة المعبرة عنها.

- وأشار كلاً من López & Crespo 2017 إلى الدور الذي يقوم به الاتصال الحكومي والمؤسسي عبر وسائل الاتصال الحديثة في تأكيد شرعية المنظمة ودورها من خلال دعم الثقة في أعمالها والتأكيد على التزامها بتقديم الخدمة للمتعاملين، وتقديم المعلومات بشفافية، فضلاً عن تقديم الدليل على قدرتها على الاستجابة لاحتياجاتهم، مع التأكيد على ضرورة توافق الرسالة الاتصالية للمؤسسة في جميع وسائلها المستخدمة.

- وكشفت دراسة Kim & Krishna , 2018 عن تأثير إدراك المتعاملين بالاتصال الحكومي في كوريا الجنوبية على اتجاهاتهم نحو السياسات الحكومية. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين ارتفاع مستوى الإدراك الإيجابي والفهم للسياسات والتوجهات الحكومية وبين فاعلية مشاركة الجمهور في المبادرات الاتصالية للجهات الحكومية وتفاعله وتعاونه، وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن عدم اقتناع الجمهور وسخريته من أداء بعض الجهات الحكومية يرتبط بقصور أداء البرامج الاتصالية لهذه الجهات.

- واسـتهدفت دراسـة Soukenik, 2018 قيـاس إدراك كل مـن المتعامليـن والمؤسسـات للاتصـال الحكومـي فـي جمهوريـة التشـيك، وأوصـت بضـرورة تطويـر سياسـات الاتصـال بالدولـة لزيـادة معـدلات الثقـة فـي الأداء الحكومـي وتحقيـق ديموقراطيـة الاتصـال. كمـا أوصـت الدراسـة بضـرورة إجـراء الدراسـات المسـتمرة للتعـرف علـى تقييـم الجمهـور للأنشـطة الاتصاليـة الحكوميـة، وتطويـر الاتصـال مـع الجمهـور الداخلي مـن العاملين بالهيئات الحكومية، ومؤسسـات الدولـة بعضهـا البعـض.

- وقامـت دراسـة, Ohlrogge & Suggs 2018 بتحليـل محتـوى الحملـة الاتصاليـة التـي تـم تنفيذهـا فـي خمـس دول أوروبيـة وهـي النمسـا، ألمانيـا، مالطـا، ايرلنـدا، والمملكـة المتحـدة للتعريـف بأهميـة التطعيـم ضـد مـرض الأنفلونـزا . وأشـارت الدراسـة إلـى أن الحملـة اسـتهدفت تقديـم معلومـات وحقائـق عـن أهميـة التطعيـم بهـدف الوقايـة. وتوصلـت الدراسـة إلـى اختـلاف محتـوى الحملـة بيـن الـدول عـن الأهـداف العامـة التـي وضعهـا الاتحـاد الأوروبـي للتعريـف بمزايـا التطعيـم والوقايـة، وأوصـت بضـرورة توافـق اسـتراتيجية الحملـة الاتصاليـة مع محتـوى الرسـالة المعبـرة عنهـا.

- وأشـار كلاً مـن López & Crespo 2017 إلـى الـدور الـذي يقـوم بـه الاتصـال الحكومـي والمؤسسـي عبـر وسـائل الاتصـال الحديثـة فـي تأكيـد شـرعية المنظمـة ودورهـا مـن خلال دعم الثقـة فـي أعمالهـا والتأكيـد علـى التزامهـا بتقديـم الخدمـة للمتعامليـن، وتقديـم المعلومـات بشـفافية، فضـلاً عـن تقديـم الدليـل علـى قدرتهـا علـى الاسـتجابة لاحتياجاتهـم، مـع التأكيـد علـى ضـرورة توافـق الرسـالة الاتصاليـة للمؤسسـة فـي جميـع وسـائلها المسـتخدمة.

## الاتصال الحكومي الاستراتيجي يعتمد على

- نظام إعلامي متعدد يتمتع بالحرية والمسئولية
- إطار عام مجتمعي يسمح بالنقاش والحوار والمشاركة
- اتصال يساهم في بناء أولويات المجتمع
- سياسات اتصال حكومية محددة الأهداف والخطط
- عمليات رصد وتقييم مستمرة لفاعلية البرامج الاتصالية الحكومية

## 2.2 الاتصال الحكومي كممكّن فاعل في التعامل مع الطوارئ والأزمات

تعد الأزمات والحالات الطارئة من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية التي حشدت الكثير من الموارد والإمكانيات للتعامل الأمثل مع تلك الحالات، وتقليل الخسائر المحتملة ليس في الأرواح والممتلكات، بل فيما يمس سمعة المؤسسة الحكومية ومكانتها. وبسبب الأهمية القصوى لهذا الموضوع، فقد وضعت الكثير من المؤسسات الحكومية إجراءات توضح مهام العاملين في الاتصال والخطوات المطلوب اتباعها في تنفيذ أنشطة اتصالية على المستويين الداخلي والخارجي. وفي معظم المؤسسات الحكومية، تم تطوير إجراءات معيارية للعمل Standard Operating Procedures في مجال الاتصال الحكومي تكون موثقة بشكل أدلة أو إجراءات عمل توضح للعاملين في الاتصال الحكومية كيفية مقاربة الأزمة بشكل يخدم أهداف المؤسسة ولا يلحق الضرر بها. ومن الأمثلة على ذلك خطة الاتصال في الأزمات التي طورها مكتب الاتصال الحكومي في جنوب إفريقيا والتي تؤكد على أهمية القيادة في أوقات الأزمات والتي تتضمن القدرة على تأدية مهام متعددة، وامتلاك مهارات التفويض، والحفاظ على رباطة الجأش في الأوقات الصعبة، والقدرة على اتخاذ قرارات صعبة وسريعة، ومهارات الاتصال وإدارة الوقت.

وفـي مجـال الدراسـات العلميـة، اسـتحوذ دور الاتصـال الحكومـي فـي الطـوارئ والأزمـات علـى اهتمـام الباحثيـن والدارسـين فـي الاتصال والعلاقـات العامـة حـول العالـم، حيـث ركـزوا علـى تعاظـم الحاجـة إلـى الاتصـال الحكومـي الفعـال فـي أوقـات الأزمـات والكـوارث، وتعامـل الاتصـال الحكومـي أثنـاء الأزمـات مـع فئـات متعـددة وبصـورة متوازيـة علـى صعيـد الجمهـور ، والمؤسسـات والمجتمـع والجهـات الخارجيـة، واعتبـار وسـائل الإعـلام شـريكا رئيسـاً للاتصـال الحكومـي بصفـة عامـة، وفـى أوقـات الأزمـات بصفـة خاصـة، وقيـام الاتصـال الحكومـي بـدور فعـال فـي أوقـات الأزمـات والكـوارث لمواجـه الأخبـار الكاذبـة والشـائعات. ويعـرض الجـزء التالـي أبـرز الدراسـات التـي أنجـزت فـي هـذا المجـال:

- دراسـة Lee,2009 عـن تعامـل حكومـة هونـج كونـج مـع أزمـة مـرض سـارس، وتوصلـت إلـى ضعـف الأداء الحكومـي الاتصالـي فـي التعامـل مع الأزمـة وذلـك بسـبب تقليـل شـأن المـرض فـي البدايـة وعـدم تقديـم المعلومـات اللازمـة للجمهـور، وضعـف التواصـل مـع وسـائل الإعـلام والبـطء فـي الاسـتجابة للأحـداث.

- وتناولـت دراسـةChen,2009 الاتصـال الحكومـي أثنـاء أزمـة زلـزال سيشـوان بالصيـن عـام 2008، وتوصلـت إلـى اهتمـام الحكومـة بالتواصـل المباشـر مـع الجمهـور وسـرعته، كمـا أشـارت إلـى سـرعة تنفيـذ خطـط اتصـالات الأزمـة الموضوعـة مسـبقاً وتقديـم المعلومـات اللازمـة للجمهـور، وتفعيـل دور المتحـدث الرسـمي مـع وسـائل الإعـلام وسـرعة ودقـة إمدادهـا بالمعلومـات والبيانـات. وأشـارت الدراسـة إلـى تطبيـق اسـتراتيجية الاتصـال المتـوازن ذي الاتجاهيـن مـع الجمهـور بمـا حقـق الثقـة فـي الأداء الحكومـي. كمـا أشـارت إلـى الاهتمـام بالتعامـل مـع الإعـلام الخارجـي.

- وتناولـت دراسـة Schultz & Raupp, 2010 التعامـل مـع الأزمـة الماليـة العالميـة عـام 2008 وذلـك مـن خـلال تحليـل عـدد مـن البيانـات الصحفيـة الصـادرة مـن جهـات حكوميـة ومصـارف بخصـوص الأزمـة، وأشـارت الدراسـة إلـى تركيـز هـذه البيانـات علـى توفيـر المعلومـات عـن الأزمـة وتداعياتهـا، إلـى جانـب تقديـم الحلـول للمتضرريـن مـن الأفـراد والهيئـات، واعتبـرت الدراسـة أن الاتصـال الحكومـي بهـذا الشـأن تنـاول البعديـن السياسـي والاقتصـادي علـى ثلاثـة مسـتويات وهـي الأفـراد والمؤسسـات والمجتمـع ككل.

- وفـي الولايـات المتحـدة الأمريكيـة أيضـاً أشـارت دراسـةAtkinson , 2014 والتـي أجريـت لتقييـم اتصـالات الأزمـة المصاحبـة لفيضـان نهـر سـوريس بولايـة نـورث داكوتـا، حيـث توصلـت إلـى توظيـف الحكومـة المحليـة للاتصـال بهـدف الاسـتجابة لحاجـات الجمهـور، وأشـارت الدراسـة

إلـى أن التعامـل مـع الأزمـة فـي البدايـة لـم يكـن بالسـرعة المطلوبـة، إلا أن التقييـم السـريع ساعد علـى تطويـر الاتصال وسـرعة تقديـم المعلومـات للمتضرريـن.

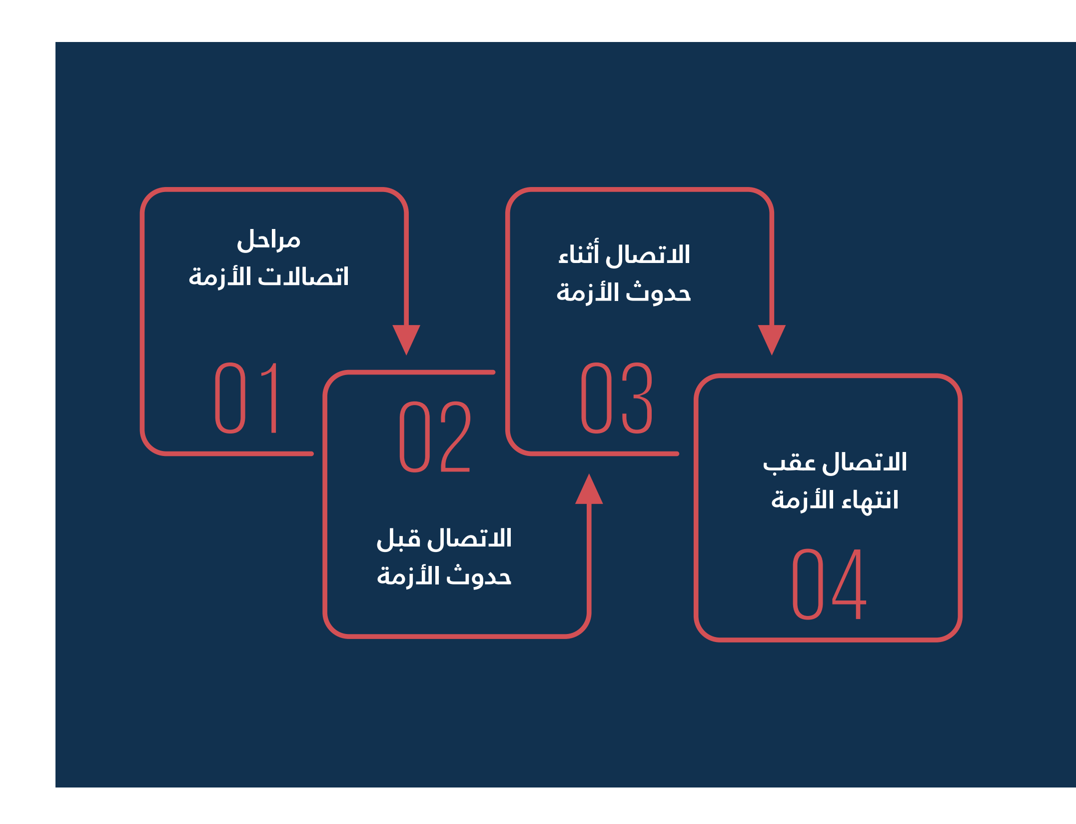
- كما أشـارت دراسـة Graham , Avery & Park , 2015 إلـى توظيـف البلديـات فـي الولايـات المتحـدة لوسـائل التواصـل الاجتماعـي أثنـاء الأزمـات، وذلـك فـي دراسـة علـى عينـة مـن 300 مسـؤول بهـذه البلديـات المحليـة، وأشـارت الدراسـة إلـى أن عمليـة الاسـتخدام تتأثـر بطبيعـة الأزمـة، و حجـم المجتمـع. كما كشـفت عـن وجـود خطـط وسياسـات موضوعـة لتوظيـف وسـائل التواصـل الاجتماعـي أثنـاء الأزمـات مـن حيـث طبيعـة المعلومـات المنشـورة، والتفاعـل مـع الجمهـور ومسـؤول إدارة الحسـاب أثنـاء الأزمـة.

- وتناولـت دراسـة الديـب 2016 تقييـم فاعليـة توظيـف تكنولوجيـا الاتصـال التفاعلـي فـي إدارة الأزمـات التـي تواجـه المنظمـات العاملـة فـي مصـر، حيـث اسـتهدفت الدراسـة رصـد الإجـراءات التـي تتوافـر لوزارتـي الدفـاع والداخليـة فـي الاسـتعداد للأزمـات الإرهابيـة مـن حيـث فريـق العمـل وخطـة اتصـالات الأزمـة والاسـتعداد التنظيمـي. والكشـف عـن الاسـتراتيجيات والأسـاليب الاتصاليـة التـي تسـتخدمها المنظمـات محـل الدراسـة فـي إدارة الأزمـات مـن خـلال موقعهـا الإلكترونـي والوسـائل التفاعليـة الأخـرى. وتوصلـت الدراسـة إلـى اهتمـام الوزارتيـن بنشـر أخبـار الأزمـة فـي كافـة الوسـائل الإعلاميـة المتاحـة سـواء التقليديـة منهـا، مثـل الصحـف والراديـو والتلفزيـون، أو التكنولوجيـة مثـل الموقـع الإلكترونـي ومواقـع الشـبكات الاجتماعيـة. كمـا توصلـت إلـى اتفـاق الوزارتيـن فـي اسـتخدام الاسـتراتيجيات الاتصاليـة نفسـها فـي إدارة الأزمـة وهـي: اسـتراتيجية الصمـت واسـتراتيجية الدفـاع الهجومـي واسـتراتيجية الأفعـال التصحيحيـة. أوضحـت النتائـج أن الصفحـة الرسـمية للوزارتيـن محـل الدراسـة علـى الفيسـبوك كانـت الأكثـر اسـتخداماً للتواصـل مـع الجمهـور فـي أثنـاء الأزمـة.

- وتناولت دراسـة Bi, Zhang & Ha ,2018 توظيف العلاقات العامة لاسـتراتيجيات التعامل مع أزمـة عبـر الإنترنـت طـرح تطعيـم منتهـي الصلاحيـة فـي الصيـن فـي مـارس 2016، وكشـفت الدراسـة مـن خـلال تحليـل النشـرات الحكوميـة توظيـف اسـتراتيجيات الاعتـذار، والتبريـر، واتخـاذ الإجـراءات التصحيحيـة، وأخيـراً التذكيـر بالأعمـال الإيجابيـة السـابقة عنـد التعامـل مـع الأزمـة والتواصـل مـع الجمهـور. وأشـارت الدراسـة إلـى توظيـف الحكومـة لمصـادر يثـق فيهـا الجمهـور مثـل قـادة الـرأي مـن المدونيـن والإعلامييـن ومسـؤولي الحكومـة، إلا أن الدراسـة أشـارت إلـى قـوة تأثيـر المدونيـن بصـورة أكبـر مـن الفئـات الأخـرى وقدرتهـم علـى دعـم الرسـائل الحكوميـة وكسـب ثقـة الجمهـور والإعـلام فيهـا.

- واهتمـت دراسـةQuinn,2018  بموضـوع دقـة المعلومـات المقدمـة مـن الجهـات الحكوميـة خـلال فتـرات الطـوارئ الصحيـة وذلـك مـن خـلال دراسـة عـن الالتزامـات القانونيـة لنشـر المعلومات أثناء الأزمات الصحيـة فـي العصر الرقمـي، وأشـارت الدراسـة إلـى ضـرورة الأخـذ فـي الاعتبار المعايير القانونيـة والمهنية عند نشـر المعلومـات وتقييـم مـدى تأثيرها الإيجابي أو السـلبي اقتصاديـاً واجتماعيـاً علـى فئـات الجمهـور.

- وأشار كل من Bakker, Bommel, Kerstholt & Giebels 2018 إلى ارتفاع معدلات اسـتجابة الجمهـور لتعليمات الجهات الحكومية خاصـة فـي أوقـات الأزمات والكـوارث ترتبـط بقيام هـذه الجهـات بتقديـم المعلومـات الكافيـة وبتقبلهـا للمسـاءلة والنقـد، فـي حيـن أن غيـاب ذلـك يـؤدى إلـى ضعـف الاسـتجابة وتكـون مشـاعر غيـر مؤيـده للجهـة وبالتالـي ضعـف قدرتهـا علـى التأثيـر فـي الجمهـور.



## 3.2 الاتصال الحكومي كفضاء رقمي وشبكي مفتوح

لم تعد البيئة الرقمية في ممارسة الاتصال الحكومي شيئا من الترف بل أصبحت ضرورة لا بد منها في بناء إدارات وتجهيزات الاتصال الحكومي وتنفيذ مهامه. فبفضل البيئة الرقمية الافتراضية، أضحى الاتصال الحكومي منصة مفتوحة وتفاعلية يتم من خلالها تطبيق أرفع الممارسات المهنية في هذا المجال. ومن هنا، فإنه لا يمكن أن نتصور أداء الاتصال الحكومي بوظائفه المختلفة وهياكله المتنوعة قائماً ومستداماً بدون بنية تحتية رقمية توفر فضاءً اتصالياً مفتوحاً لكل من الممارسين والمستخدمين لخدمات هذا القطاع. فمن خلال الفضاء الرقمي المفتوح، يمكن للقائمين على الاتصال الحكومي تأسيس منظومة اتصالية متكاملة وتفاعلية توفر للممارسين فرصاً ذهبية للتواصل مع الجمهور المستهدف بشكل مباشر وتفاعلي وبردود فعل مباشرة وعلمية يمكن تحليلها والخروج باستنتاجات حولها. كما يمكن لبيئة رقمية متطورة أيضاً أن توفر للمستخدمين من أفراد الجمهور فرصا ثمينة للوصول إلى المعلومات والاستفادة منها بالشكل الأمثل بأقل التكاليف الزمنية والجسدية والمادية مع توافر إمكانيات توصيل آرائهم وانطباعاتهم حول الخدمات المقدمة من الجهات الحكومية بشكل مباشر. ويساعد الفضاء الرقمي المفتوح إدارات الاتصال الحكومي في تحقيق إدارة ناجحة لمجهودات الاتصال المتكاملة من حيث صناعة المحتوى الرقمي، ونشره وتوزيعه، وأرشفته، والتفاعل مع المستخدمين وقياس انطباعاتهم ورضاهم عن الخدمات المقدمة. فعلى عكس بيئة الاتصال والإعلام التقليدية سابقاً، فإن رقمنة Digitization المحتوى وأساليب صناعته ونشره ومنهجيات التفاعل مع الجمهور وقياساته جميعها تصب في تحقيق هدف تكاملي واحد للاتصال الحكومي كعملية اتصال شاملة وتفاعلية ومتعددة الوسائط.

وقد كانت الحكومة البريطانية من أوائل الحكومات في العالم التي عملت على وضع معيار موحد للخدمات الرقمية Digital Service Standard في إدارات الاتصال الحكومي لديها بهدف ضمان جودة وكفاية الخدمات المقدمة للجمهور. وينص المعيار على عدة أمور تشمل تفهم احتياجات المستخدمين، والقيام بدراسات وبحوث المستخدمين بشكل متواصل، وتشكيل فرق عمل متعددة التخصصات، واعتماد منهجيات تتميز بالحركية والرشاقة، والتطوير المستمر في أساليب العمل، وتقييم الأدوات والنظم المستخدمة بشكل دائم، وفهم قضايا الخصوصية والأمن المعلوماتي، وتوظيف المعايير المفتوحة والمنصات العامة، والتجريب المستمر للخدمات النهائية، والتأكد من نجاح المستخدمين في استخدام الخدمات من المرة الأولى، وضمان توافق التجربة الرقمية مع توجهات الموقع الرسمي للحكومة البريطانية،

وجمع بيانات الأداء وتحديد مؤشرات الأداء الرئيسة. وكانت الحكومة الكندية من الدول التي تبنت معيار الخدمات الرقمية في الاتصال الحكومي كما هو مطبق في المملكة المتحدة. ولعل من مبادئ هذا النموذج ما يسمى بالرقمية كأساس للعمل، أي تصميم تكتيكات الاتصال ومناهجها بشكل يرتكز على الشبكة العنكبوتية كقناة رئيسة. ولعل هذا يمثل الفرق بين إصدار بيان إخباري وإرساله إلى الصحف للنشر ثم وضعه بعد ذلك في الموقع الإلكتروني للجهة الحكومية وتطوير منهج اتصالي يعتمد على التعامل مع جميع منصات الشبكة والإعلام الاجتماعي والقنوات التقليدية مثل الفعاليات والكلمات الخطابية بشكل متكامل.

وقد شكلت الإنترنت والبيئة الرقمية بما تحتويه من أدوات للتفاعل مع الجماهير في مجال الاتصال الحكومي حقلاً ثرياً للبحوث والدراسات حول العالم حيث تناولها الباحثون من عدة محاور تركز على أهمية الموقع الإلكتروني الحكومي في تحقيق أهداف نشر المعلومات والتفاعل مع الجمهور، وضرورة تكامل المواقع الإلكترونية الحكومية بحيث توفر المعلومة والخبر والخدمة، وتتمكن من رصد آراء واتجاهات المتعاملين، وأهمية بناء الشكل والمحتوى عند تصميم الموقع الحكومي وبما يعكس هوية الدولة ، ويؤكد على هوية المؤسسة الحكومية، إضافة إلى أهمية تنوع المحتوى المنشور عبر الموقع بما يعظم الاستفادة من إمكانات الإنترنت عبر التوظيف الجيد للوسائط المتعددة وأدوات التفاعل. ويعرض هذا الجزء أبرز الدراسات العلمية في هذا المجال.

- دراسةMaynard & Yan ,2004 والتي أكدت على أن جودة محتوى الموقع تساهم في بناء العلاقة الطيبة مع الجمهور وتحقق سمعة حسنة للمنظمة ، وأن هذه الجودة تتحقق من خلال سهولة استخدام المحتوى وقدرة المستخدم على تعلم و تذكر إجراءات وخطوات التعامل مع الموقع وتحقيقه لأهدافه من استخدام المحتوى ، وأخيراً تفضيله المستقبلي للتعامل مع الموقع مره أخرى.

- وتوصل عياد 2006 في دراسة عن اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال بعينة من المؤسسات الخدمية والإنتاجية الحكومية والخاصة بمملكة البحرين إلى أن اتجاه هؤلاء الممارسين يميل إلى الإيجابية نحو استخدام الإنترنت ووسائل الاتصال الحديثة في أداء وظائف العلاقات العامة وتفاعلها مع المتعاملين، وأضافت الدراسة أن هذا التوظيف يعتمد على نموذج الوكالة الصحفية من خلال نشر أخبار المؤسسة عبر موقعها الإلكتروني، ونموذج الإعلام العام الذي يعتمد على تنفيذ حملات الاتصال المختلفة عبر وسائل متعددة منها الإنترنت.

- وأشـارWonsun & Jisu,2009  إلـى أهميـة عناصـر التصميـم ومنهـا الألـوان، وطريقـة بنـاء المحتـوى وعرضـه علـى الموقـع والأشـكال الجرافيكيـة المسـتخدمة، وأعتبـر أن كل مـن نـوع وطبيعـة المنظمـة وحجمهـا، مـن العوامـل المؤثـرة فـي التصميـم.

- وحلـل Alfonso & Miguel,2006 120 موقعاً إلكترونياً مؤسسـياً فـي دول فرنسـا والمانيـا والنرويـج واسـبانيا وسـنغافورة وبريطانيا والولايات المتحـدة، وتوصلـت الدراسـة إلـى أن هـذه المواقـع توظـف المركـز الإعلامـي الإلكترونـي بهـدف تلبيـة احتياجـات الإعلاميـن وتوفيـر الأخبـار والصـور، كمـا أشـارت الدراسـة إلـى أهميـة التحديـث المسـتمر لمضمـون المركـز الإعلامـي وأن يكـون سـهل الاسـتخدام.

- وأشـار Guillory & Sundar, 2008 إلـى أن قـدرة مسـتخدم الموقـع الإلكترونـي الحكومـي علـى التفاعـل والحصـول علـى مـا يريـده مـن خدمـات، تزيـد مـن فـرص تفضيلـه لاسـتخدام الموقـع والاعتمـاد عليـه فـي الحصـول علـى الخدمـة الحكوميـة.

- وحـدد Gatti 2011, العناصر الأساسية التـي يجـب أن يتضمنهـا محتـوى الموقـع المؤسسـي فـي تقديـم معلومـات عـن تاريـخ وتطـور المنظمـة، تقديـم معلومـات تعكـس هويتهـا وتدعـم سـمعتها وتؤسـس الثقـة فيهـا وكذلـك تقديـم معلومـات عـن تميزهـا وقيادتهـا وتطورهـا.
- كمـا حـدد Pollach 2011, عـدداً مـن العوامـل التـي تسـاعد علـى فاعليـة اسـتخدام الموقـع الإلكترونـي المؤسسـي تمثلـت فـي تقديـم المعلومـات التـي تدعـم صدقيـة الموقـع وتؤسـس للثقه بـه، وتدعـم أيضاً سـمعة المنظمـة، وتقديـم خدمات للمستخدمين مـن خـلال الموقـع، وتصميمـه بأسـلوب يحقـق سـهولة الاسـتخدام وبمـا يحقـق الفاعليـة.

- وأضـاف Simmons & Zoetewey, 2012 إلـى مجموعـة مـن العناصـر الأساسـية التـي يجـب مراعاتهـا عنـد بنـاء الموقـع المؤسسـي، تتمثـل فـي التعـرف علـى احتياجـات المسـتخدمين وتوقعاتهـم مـن الموقـع، إلـى جانـب سـماتهم وخصائصهـم، تحديـد المهـام والوظائـف التـي سـيتم تقديمهـا عبـر الموقـع، دقـة المحتـوى وتكاملـه، سـهولة اسـتخدام الموقـع، التنظيـم الجيـد للموقـع، وتحقيـق التفاعليـة مـع المسـتخدمين. وهـو مـا توصـل إليـه أيضاً Wright & Hinson,2012 فـي دراسـة عـن اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعـي فـي العلاقـات العامـة مـن عـام 2006 إلـى عـام 2012، حيـث أشـارت النتائـج إلـى نمـو معـدلات ومجالات اسـتخدام هـذه الوسـائل فـي المنظمـات المختلفـة وإلـى تعـدد أهـداف اسـتخدامها، كمـا أكـدت علـى وجـود اتجاهـات إيجابيـة لـدى العامليـن فـي العلاقـات العامـة نحـو اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعـي مثـل تويتـر ويوتيـوب وفيـس بـوك والمدونـات كأدوات تتواصـل بهـا المنظمـة مـع الجمهـور بفاعليـة.

- وأشار كل من Kim, Hong & Cameron, 2014 إلى أهمية تقديم محتوى موثوق به عبر الموقع الإلكتروني المؤسسي من خلال تقديم محتوى موضوعي، موثق، تتحدد فيه الإجراءات والمبادئ، والشخصيات المسؤولة.

- وحدد Ricardo, 2015 أهم المعلومات الخاصة بالمنظمة التي يجب نشرها في موقعها الإلكتروني في تقديم الشرح والتفسير لطبيعة المنظمة وفلسفتها ورسالتها ورؤيتها وهيكلها وملكيتها، وكذلك معلومات عما تقدمه من منتجات أو خدمات وتطور أعمالها وإنجازاتها. وأضاف أنه يجب أن يشتمل الموقع على بيانات الاتصال بالمنظمة وكيفية الوصول إليها والتواصل معها عبر الوسائل الحديثة، والاتصال بمسؤوليها وفرص التوظيف المتاحة بها. كما أشار كاسان إلى ضرورة وجود معلومات خاصة بالموقع نفسه وسياسات تأمينه وتأمين معلومات المستخدمين وضمان خصوصيتهم.

- كما أشارت دراسة كل من Mohammed, Guillet, Schuckert & Law,2016 إلى أن الموقع الإلكتروني المؤسسي يساهم في التعبير عن هوية المؤسسة من خلال التعريف بشعارها وهيكلها الإداري وأعمالها وخدماتها واستراتيجيتها وثقافتها وسلوكها المؤسسي.

- دراسة فاروق (2017) عن معايير بناء الموقع الإلكتروني للمنظمات الحكومية، نموذج مقترح في ضوء مدخل الاتصال المستدام. حيث استهدفت الدراسة التعرف على وظائف الموقع الإلكتروني الحكومي ورصد أهم معايير بناء الموقع من حيث الشكل والمضمون، إضافة إلى تقديم نموذج متكامل يوضح معايير بناء الموقع الإلكتروني الحكومي، يشتمل على خمس معايير ترتبط باستراتيجيات إنشاء الموقع، والمعلومات التي يقدمها عن المنظمة، والخدمات التي يوفرها للمتعاملين، إلى جانب معيار الاتصال من خلال نشره لأخبار وفعاليات المنظمة، ثم المعيار الخاص باستخدام الموقع والتفاعل معه. وأكدت الدراسة أن الالتزام بالمعايير السابقة في تحقق استدامة اتصالات المنظمة عبر موقعها الإلكتروني والتي تعني توافق استراتيجيات الاتصال الإلكتروني مع استراتيجيات وأهداف وخطط المنظمة وفق أهداف وخطط اتصالية محدده. مع الالتزام بالاتصال المستمر والفعال مع جماهيرها المعنية، والرصد الدائم للبيئة المحيطة لها ولجمهورها، وتكامل وسائل الاتصال المستخدمة.

## 4.2 الاتصال الحكومي كمنصة تفاعلية وحوارية

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي منافذ مهمة للحكومات لتعزيز تواصلها وحوارها التفاعلي مع الأطراف ذات العلاقة في المجتمع. ويعد التفاعل والتدفق المعلوماتي باتجاهين من المظاهر الابتكارية في الاتصال الحكومي المستند لفضاء رقمي مفتوح. فعلى عكس النموذج التقليدي أحادي الاتجاه في الاتصال والإعلام، يتميز الاتصال الحكومي بثنائية الاتصال والتشابك التفاعلي Engagement بين القائمين على الاتصال والمستخدمين. ويتشابه هذا النموذج ثنائي الاتجاه مع نموذج الحوار في التواصل حيث يتساوى المرسل والمستقبل في معادلة الاتصال مما يجعل التأثير يسير باتجاهين أيضا بين الطرفين. فالمستخدم لم يعد ذلك الطرف الضعيف الذي يملى عليه ويستهدف بالرسالة الاتصالية بهدف إيقاع التأثير فيه، بل أصبح يعيش حالة من التمكين جعلته طرفا فاعلا في العملية الاتصالية الرقمية والشبكية. ولعل هذا التمكين الذي حققه المستخدم بفعل التحولات الرقمية في تكنولوجيا الاتصال هو الذي اقنع القائمين على الاتصال الحكومي في دول العالم بضرورة الاستماع لانطباعات وآراء المستخدمين حول الخدمات المقدمة وتضمين احتياجاتهم في الخطط والاستراتيجيات المتعلقة بالاتصال عبر الشبكات والوسائل الإعلامية الأخرى. فأفراد الجمهور أصبحوا قادرين على إيصال صوتهم للجهات الحكومية، ويتم بناء على ذلك إدخال التعديلات المناسبة في محتوى وشكل الخدمات المقدمة، وهو ما يسهم في نهاية المطاف في بناء الثقة بين الطرفين، ويسجل كنجاح لجهود الاتصال الحكومي. وتنتقل بعض الحكومات مثل الحكومة الكندية أكثر فأكثر من منهجيات وقنوات جديدة للتواصل مثل جلسات المواطنين، وفضاءات جوجل، والحوارات العقلانية الشبكية والبيوت المفتوحة كأسس راسخة لنموذج اتصالي يسعى لبناء ثقة عالية من خلال التفاعل التشابكي.

وفـي ضـوء الأهميـة المتناميـة للتفاعـل التشـابكي بيـن الجهـات الحكوميـة وأفـراد الجمهـور، وبخاصـة فـي شـبكات التواصـل الاجتماعـي، فقـد أولـت إدارات الاتصـال الحكومـي حـول العالـم أهميـة كبـرى لقيـاس تلـك التفاعـلات واسـتخلاص العبـر والـدروس منهـا وتوظيـف نتائـج تحليلهـا فـي تعضيـد العلاقـات مـع الجمهـور وتحسـين الخدمـات المقدمـة. ومـن بيـن الخطـوات التـي تقـوم بهـا إدارات الاتصـال الحكومـي فـي هـذا الإطـار تخصيـص موظفيـن لرصـد آراء واتجاهـات الجمهـور وانطباعاتهـم حـول الخدمـات المقدمـة وإخضـاع النتائـج للتحليـل. وفـي كثيـر مـن الحـالات، تحـرص إدارات الاتصـال الحكومـي علـى بنـاء الثقـة مـع المسـتخدمين للخدمـات الحكوميـة مـن خـلال المشـاركة المباشـرة فـي الحـوارات الجاريـة علـى شـبكات التواصـل الاجتماعـي والمنتديـات الشـبكية حـول قضايـا تخـص الخدمـات التـي تقدمهـا. وتسـهم تلـك المشـاركات فـي تعزيـز الثقـة بيـن الطرفيـن وفـي إرسـاء قواعـد حـوار بنـاء مبنـي علـى الاحتـرام المتبـادل. ولكـي يحقـق الاتصـال الحكومـي نجاحـه فـي تلـك المشـاركات الحواريـة، فإنـه لا بـد مـن الاسـتناد فـي طـرح الموضوعـات إلـى الحقائـق والأرقـام، والالتـزام بقواعـد الأدب والاحتـرام، والابتعـاد عـن الإسـفاف والتضخيـم. وتوفـر شـبكة الإنترنـت فرصـاً ثمينـة للقائميـن علـى الاتصـال الحكومـي بتوفيـر الأدلـة والبراهيـن بشـكل نصـوص وملفـات صوتيـة أو أفـلام فيديـو أو وصـلات لمواقـع إلكترونيـة أو غيرهـا. وتقـوم إدارات الاتصـال الحكومـي عـادة بتوفيـر التدريـب المناسـب لموظفيهـا فـي منهجيـات وآداب التعامـل مـع الحـوارات الشـبكية بهـدف تجنـب الانـزلاق فـي مخاطـر فقـدان الثقـة.

ويعـرض الجـزء التالـي أبـرز الدراسـات العلميـة التـي تناولـت توظيـف الاتصـال الحكومـي لوسـائل التواصـل الاجتماعـي فـي التفاعـل مـع الجماهيـر حيـث أكـدت هـذه الدراسـات أهميـة توظيـف وسـائل التواصـل الاجتماعـي فـي الاتصـال الحكومـي، وضـرورة تحديـد سياسـات المشـاركة والتفاعـل عنـد اسـتخدام هـذه الوسـائل مـن قبـل الجهـة الحكوميـة أو المسـتخدمين وتأكيـد تكامليـة وسـائل التواصـل الاجتماعـي مـع وسـائل الاتصـال الأخـرى المسـتخدمة فـي الاتصـال الحكومـي.

- دراسـة Vorvoreamu, 2009 عـن مـدى إدراك صـورة المؤسسـات مـن خـلال حسـاباتها علـى الفيـس بـوك حيـث اسـتهدفت الدراسـة التعـرف علـى إدراك عينـة مـن طلبـة الجامعـة لاسـتخدام المنظمـات للفيـس بـوك للتواصـل مـع الجمهـور مـن خـلال إجـراء حـوار عبـر مجموعـات مناقشـة مركـزة وتوصلـت الدراسـة إلـى إدراك الطلبـة لأهميـة اسـتخدام الفيـس بـوك كوسـيلة لدعـم علاقـة أي منظمـة مـع جمهورهـا وإيجـاد وسـيلة اتصـال مسـتمرة قـادرة علـى فتـح حـوار فعـال بيـن الطرفيـن.

- وكشـفت دراسـة Smith, 2010 عـن اسـتخدام تويتـر فـي التفاعـل بشـأن زلـزال هايتـي عـام 2010، حيـث هدفـت الدراسـة إلـى التعـرف علـى كيفيـة اسـتخدام تويتـر فـي التفاعـل بشـأن الزلـزال ومـا هـي الاسـتراتيجيات التـي تـم اسـتخدامها مـن خـلال مسـتخدمي الموقـع وذلـك مـن خـلال تحليـل مـا نشـره المسـتخدمون علـى الموقـع بشـأن الحـادث. وتوصلـت الدراسـة إلـى أن موقـع تويتـر سـاهم فـي إيجـاد وسـيلة اتصـال تفاعلـي بيـن المسـتخدمين تمكنـوا مـن خلالهـا مـن تبـادل الرسـائل والمعلومـات بسـرعة والتعريـف بالجهـود والأنشـطة ومجـالات التطـوع الممكنـة وتسـهيل التعـاون فيمـا بينهـم.

- وأكـدت دراسـة Bertot, Jaeger & Grimes, 2010 علـى أن وسـائل التواصـل الاجتماعـي تعـد إحـدى وسـائل الاتصـال الحديثـة المهمـة التـي يمكـن أن تحقـق مـن خلالهـا المؤسسـات الحكوميـة معاييـر الوضـوح والشـفافية مـن خـلال إتاحتهـا للمعلومـات الممكنـة للجمهـور عبـر هـذه الوسـائل، خاصـة المعلومـات المرتبطـة بالقواعـد والإجـراءات والقـرارات والأعمـال، كمـا أنهـا يمكـن أن تسـتخدم لتقديـم خدمـات حكوميـة أو لتسـهيلها مثـل خدمـات رعايـة العمـلاء والشـكاوى والإجابـة عـن الاستفسـارات.

- وهدفـت دراسـة Bonsón, Torres, Royo & Flores, 2012 عـن اسـتخدام الحكومـات المحليـة لوسـائل التواصـل الاجتماعـي وتطبيقـات web2 فـي عـدد مـن المـدن الأوروبيـة ، إلـى التعرف علـى مـدى اسـتخدام هـذه الوسـائل فـي تقديـم المعلومـات وتحقيـق الشـفافية فـي علاقـة هـذه الحكومـات بالجمهـور ودعـم قدرتـه علـى المشـاركة والتفاعـل والحـوار، حيـث تـم تحليـل المواقـع الإلكترونيـة وصفحـات التواصـل الاجتماعـي لخمـس وسـبعين إدارة محليـة لمـدن تابعة لخمـس عشـر دولـة مـن أعضـاء الاتحـاد الأوروبـي. وتوصلـت الدراسـة إلـى اعتمـاد هـذه المواقـع علـى العديـد مـن تطبيقـات web2 مثـل خدمـات RSS الإخباريـة والبـود كاسـت Podcast والفـود كاسـت Vodcast والمدونـات والروابـط الفعالـة، إلـى جانـب تعـدد حسـاباتها علـى عـدد مـن مواقـع التواصـل الاجتماعـي مثـل الفيـس بـوك ولينكـد إن وجوجـل بـلاس إضافـة إلـى تويتـر ويوتيـوب.

- وأجريـت دراسـة Goulart & Gollnar, 2012 علـى اسـتخدام الفيـس بـوك كأداة اتصـال فـي الشـركات البرازيليـة، حيـث طبقـت علـى حسـابات ثلاثـة شـركات للتعـرف علـى كيفيـة اسـتخدام الفيـس بـوك كوسـيلة لاتصـالات المؤسسـة وتوصلـت إلـى أن هـذه الشـركات تسـتخدم الفيـس بـوك لتعريـف المسـتخدمين بمعلومـات عـن أنشـطتها الإداريـة والتسـويقية، كمـا تسـتخدمه لإجـراء حـوار مـع الجمهـور للتعـرف منـه علـى انطباعاتـه ورغباتـه وتعليقاته عن الشـركة وأنشـطتها.

**وتوصل كل من :**

- Lovejoy & Saxton, 2012 و Linders 2012إلى التأثير الواضح للإمكانات التفاعلية لوسائل التواصل الاجتماعي في دفع الجمهور إلى التواصل مع المنظمة ومشاركتها للمحتوى المنشور على هذه الوسائل. ومنها أيضاً دراسة Giselle, 2013 عن استخدام المنظمات الحكومية وغير الربحية لفيس بوك وتويتر واليوتيوب في مجال الدعوة والتوعية وذلك من خلال تحليل النصوص والصور والفيديو التي يتم نشرها على هذه المواقع والخاصة ببعض الحملات التوعوية التي تقوم بها منظمات أمريكية غير ربحية. وتوصلت الدراسة إلى استخدام هذه الوسائل لتدعيم الوسائل التقليدية التي تستخدمها المنظمات محل الدراسة ولدعم التواصل مع فئات أكثر من الجماهير المستهدفة من خلال أدوات تعتمد على الاتصال الثنائي بين الطرفين، كما توصلت أيضاً إلى تكامل استخدام هذه الوسائل فيما بينها عند استخدامها للتوعية بنفس القضية.

- واستهدفت دراسة Agostion, 2013 التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى إدارات بلديات المدن الإيطالية، حيث قامت الباحثة بتحليل 119 حساب لهذه البلديات على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى حاجة هذه الإدارات إلى تطوير حساباتها على هذه المواقع من حيث تحديث المعلومات وزيادة مستوى التفاعل مع الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من مميزات كل وسيلة مثل الفيس بوك واليوتيوب بالصورة التي تساهم في جذب جمهور المتعاملين مع البلديات لاستخدام حساباتها على هذه المواقع.

- كما كشفت دراسة Mergel, 2013 عن استخدام المؤسسات الفيدرالية التابعة للإدارة الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مسؤولي إدارة المواقع الإلكترونية وحسابات التواصل الاجتماعي لخمس عشر مؤسسة فيدرالية أمريكية. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الإدارات تستخدم حساباتها على المواقع لعدة أسباب يأتي في مقدمتها نشر المعلومات والقرارات والأخبار المهمة الخاصة بها وإيجاد وسيلة للتواصل مع الجمهور بشكل فوري ودعم الحملات الاتصالية التي تقوم بها.

- كما قامت دراسة Oliveira & Welch, 2013 بالكشف عن استخدام الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي ،حيث استهدفت الدراسة التعرف على التكتيكات المستخدمة عبر هذه الوسائل وذلك من خلال استبيان على عينة من 250 مفردة من مديري الحكومات والإدارات المحلية في 50 مدينة أمريكية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من

العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل منها ظروف العمل ومدى توفر المعارف والمهارات لدى العاملين وطبيعة الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أربعة تكتيكات اتصالية مستخدمة لدى الإدارات محل الدراسة وهي: نشر المعلومات عن المنظمة، تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة، دعم مشاركة الجمهور والحوار معه وأخيراً دعم التعاون والتواصل بين العاملين بالإدارة أو الجهة الحكومية.

- وفي مجال حملات رعاية الأطفال كشفت دراسة Paek , Hove , Jung & Cole, 2013 عن مدى تفاعل المستخدمين مع إحدى حملات رعاية الأطفال التي تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لها، حيث تم دراسة عينة من 73 مشارك بهدف رصد تفاعلهم مع المدونة الخاصة بالحملة وصفحتها على الفيس بوك وحسابها على توتير. وتوصلت الدراسة إلى أن ازدياد تفاعل المشارك مع هذه المواقع ارتبط باهتمامه بموضوع الحملة حيث شارك أفراد العينة في أنشطة إلكترونية مرتبطة بالحملة، وكذلك أنشطة اجتماعية وتطوعية.

- وفي مصر رصدت دراسة Abdelsalam, Reddick, Gamal & Al Shaar, 2013 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الحكومية المصرية، وذلك من خلال رصد أدوات التفاعل الموجودة على المواقع الحكومية المصرية والروابط الخاصة بحسابات هذه المنظمات على مواقع التواصل مثل الفيس بوك والتويتر ولينكد إن وحساب سكايب والويكي. وتوصلت الدراسة إلى أن 30% من هذه المواقع التي بلغ عددها في العينة 276 حساباً تضم مساحات لإبداء الرأي والمقترحات وأن 20% منها يضم استطلاعات رأى وأن موقع فيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بهذه المنظمات حسابات عليه يليه تويتر ثم يوتيوب. كما توصلت الدراسة إلى ضعف التفاعل على الفيس بوك بين المنظمات الحكومية والجمهور وانخفاض معدلات التعليقات والنشر على هذه الصفحات.

- وفي سنغافورة أجريت دراسة Soon & Soh , 2014 واستهدفت التعرف على دور الأنترنت في الربط بين الحكومة والمواطنين عبر فيس بوك وتحقيق استراتيجيات التواصل مع الجمهور، وتوصلت إلى توظيف الموقع في التعرف على توجهات وأراء الجمهور، ودعم مشاركته في عمليات اتخاذ القرار.

- وأشار الصيفي 2016 إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي قد مكنت ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية من تطوير أدائهم الاتصالي مع الجمهور،

وإلى تسهيل تفاعلهم معه وتقليل الجهد المبذول في الوصول إليهم، من خلال أدوات الاتصال والتفاعل التي أتاحتها وانتشارها المجتمعي.

- وقام Bellström, 2017 بتحليل أسئلة المستخدمين المرسلة لحساب إحدى الإدارات المحلية بالسويد، وكشف عن أكثر من 50 بالمئة من هذه الأسئلة تتعلق بالخدمات الحكومية المقدمة، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام مسؤولي التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي بتطوير مهاراتهم في التواصل والقدرة على الإجابة عن كافة أنواع الأسئلة المتعلقة بهذه الخدمات.

- كما كشفت دراسة Ines, 2013 عن استخدام المؤسسات الفيدرالية التابعة للإدارة الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مسؤولي إدارة المواقع الإلكترونية وحسابات التواصل الاجتماعي لخمس عشر مؤسسة فيدرالية أمريكية. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الإدارات تستخدم حساباتها على المواقع لعدة أسباب يأتي في مقدمتها نشر المعلومات والقرارات والأخبار المهمة الخاصة بها وإيجاد وسيلة للتواصل مع الجمهور بشكل فوري ودعم الحملات الاتصالية التي تقوم بها.

- كما قامت دراسة Gustavo and Eric, 2013 بالكشف عن استخدام الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي ،حيث استهدفت الدراسة التعرف على التكتيكات المستخدمة عبر هذه الوسائل وذلك من خلال استبيان على عينة من 250 مفردة من مديري الحكومات والإدارات المحلية في 50 مدينة أمريكية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل منها ظروف العمل ومدى توفر المعارف والمهارات لدى العاملين وطبيعة الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أربعة تكتيكات اتصالية مستخدمة لدى الإدارات محل الدراسة وهي: نشر المعلومات عن المنظمة، تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة، دعم مشاركة الجمهور والحوار معه وأخيراً دعم التعاون والتواصل بين العاملين بالإدارة أو الجهة الحكومية.

- وفي مجال حملات رعاية الأطفال كشفت دراسة Hyein and Thomas, 2013 عن مدى تفاعل المستخدمين مع إحدى حملات رعاية الأطفال التي تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لها، حيث تم دراسة عينة من 73 مشارك بهدف رصد تفاعلهم مع المدونة الخاصة بالحملة وصفحتها على الفيس بوك وحسابها على توتير. وتوصلت الدراسة إلى أن ازدياد تفاعل المشارك مع هذه المواقع ارتبط باهتمامه بموضوع الحملة

حيث شارك أفراد العينة في أنشطة إلكترونية مرتبطة بالحملة، وكذلك أنشطة اجتماعية وتطوعية.

- وفي مصر رصدت دراسة Hisham, Christoipher, Sara and Abdulrahman, 2013 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الحكومية المصرية، وذلك من خلال رصد أدوات التفاعل الموجودة على المواقع الحكومية المصرية والروابط الخاصة بحسابات هذه المنظمات على مواقع التواصل مثل الفيس بوك والتويتر ولينكد إن وحساب سكايب والويكى. وتوصلت الدراسة إلى أن 30% من هذه المواقع التي بلغ عددها في العينة 276 حساباً تضم مساحات لإبداء الرأي والمقترحات وأن 20% منها يضم استطلاعات رأى وأن موقع فيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بهذه المنظمات حسابات عليه يليه تويتر ثم يوتيوب. كما توصلت الدراسة إلى ضعف التفاعل على الفيس بوك بين المنظمات الحكومية والجمهور وانخفاض معدلات التعليقات والنشر على هذه الصفحات.
- وفي سنغافورة أجريت دراسة Soon and Yi Da Soh , 2014 واستهدفت التعرف على دور الأنترنت في الربط بين الحكومة والمواطنين عبر فيس بوك وتحقيق استراتيجيات التواصل مع الجمهور، وتوصلت إلى توظيف الموقع في التعرف على توجهات وأراء الجمهور، ودعم مشاركته في عمليات اتخاذ القرار.

- وأشار نيازي 2016 إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي قد مكنت ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية من تطوير أدائهم الاتصالي مع الجمهور، وإلى تسهيل تفاعلهم معه وتقليل الجهد المبذول في الوصول إليهم، من خلال أدوات الاتصال والتفاعل التي أتاحتها وانتشارها المجتمعي.

- وقام Bellström, 2017 بتحليل أسئلة المستخدمين المرسلة لحساب إحدى الإدارات المحلية بالسويد، وكشف عن أكثر من 50 بالمئة من هذه الأسئلة تتعلق بالخدمات الحكومية المقدمة، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام مسؤولي التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي بتطوير مهاراتهم في التواصل والقدرة على الإجابة عن كافة أنواع الأسئلة المتعلقة بهذه الخدمات.

## 5.2 الاتصال الحكومي كقطاع يستند إلى قياس وتلبية احتياجات الجمهور

يتضمن هذا الجانب توجيه جودة الاتصال الحكومي لتكون قادرة على تلبية احتياجات أفراد الجمهور وبالتالي تلبية احتياجات الجهة الحكومية ذاتها. وإذا نظرنا إلى الاتصال الحكومي على أنه يمثل خدمة تقدمها الجهات الحكومية لأطراف متنوعة في المجتمع، فإننا نحتاج لتركيز الجهود الاتصالية على احتياجات المواطنين والأفراد المستفيدين من الخدمات بحيث يحصل هؤلاء الأفراد على تجربة اتصالية تفاعلية يتم استثمارها في تحقيق مستوى رضا أعلى للمستخدمين. ومن المفيد لإدارات الاتصال الحكومية تمكين الأفراد المستهدفين من الوصول إلى الموارد الاتصالية والمعلوماتية التي تخص الجهات الحكومية بأقل التكاليف وأقصر الأوقات بناء على ما تم تحديده من احتياجات واهتمامات. ويمكن لإدارات الاتصال الحكومي على سبيل المثال توفير موارد معلوماتية وإعلامية تتعلق بالرعاية الصحية والمرافق التعليمية وأماكن الترفيه لكبار السن ومراكز الأطفال واليافعين وبرامج تنمية المجتمع على مواقعها الإلكترونية بحيث يسهل على المستخدمين الوصول إليها والاستفادة منها في تلبية احتياجاتهم المعرفية المختلفة. كما يمكن استثمار منصات التواصل الاجتماعي في توفير المعلومات المختلفة لأفراد الجمهور وتطوير الخدمات المعرفية وفق التغذية الراجعة من المستخدمين بحيث تتحول الشبكات الاجتماعية إلى بارومتر لقياس تلك الاحتياجات والعمل على تلبيتها أولا بأول ووفق قواعد مهنية متطورة.

- محتوى المواقع الإلكترونية للمنظمات الحكومية
- تصميم المواقع الإلكترونية للمنظمات الحكومية
- حسابات التواصل الاجتماعي للمنظمات الحكومية
- التفاعل مع المواطنين عبر وسائل الاتصال الحديثة
- أخلاقيات واسس التواصل عبر وسائل الاتصال الحديثة
- دور وسائل الاتصال الحديثة في المشاركة واتخاذ القرار

لقد أثبتت البحوث العلمية والتجارب العملية في الاتصال والإعلام بعامة أن الرسائل الاتصالية الناجحة هي التي تلقى صدى أوسع بين الجماهير المستهدفة حيث تتناغم مع توقعاته وطموحاته وتوفر له المعارف المفيدة التي يمكن من خلالها الارتقاء بمستوى حياته في جميع المجالات. ولعل هذا الأمر يتطلب تضييق الفجوات بين توجهات الاتصال الحكومي وواقع الجمهور من خلال البحث المستمر لواقع الجمهور المستهدف للوقوف على احتياجاته والتواصل معه لمساعدته في تلبية تلك الاحتياجات. وهذا الموضوع يؤكد أهمية بحوث الجمهور وبحوث الرأي العام والتحليلات الاجتماعية المختلفة في تقصي واقع الجمهور من أجل تطوير المحتوى الإعلامي المناسب للتعامل معه. ومن هنا، فإن الاتصال الحكومي الناجح هو الاتصال الذي يستند

إلـى أسـس وقواعـد علميـة مسـتمدة مـن البيانـات والتحليـلات الإحصائيـة التـي تفرزهـا بحـوث الـرأي العـام والتحليـلات الاجتماعيـة، بحيـث لا يكـون هنـاك أي مجـال للعشـوائية فـي تطويـر الجهود الاتصاليـة، ممـا يوفـر المـوارد ويسـهم فـي تعزيـز دور الاتصـال الحكومـي فـي التنميـة الوطنيـة. فالرسـائل الإعلاميـة المسـتندة إلـى الحقائـق المتعلقـة بالجمهـور المسـتهدف كفيلـة بضمـان أن تلقـى صـدى إيجابيا لديـه، وهـي فـي نفـس الوقـت شـاهد علـى قـدرة إدارات الاتصـال الحكومـي فـي الجهـات الحكوميـة علـى التخطيـط العلمـي فـي أنشـطتها وفـي إدارة الجهـود الاتصاليـة التـي تشـرف عليهـا. وتشـير دراسـة مـن شـركة McKinsey & Company لدراسـة أبحـاث السـوق إلـى أن توفيـر الخدمـات للمسـتفيدين يقـع فـي صلـب أنشـطة الجهـات الحكوميـة، مـع تزايـد توقعـات المواطنيـن فـي الحصـول علـى خدمـات أكثـر شـفافية وسـهولة وتفاعليـة. ويـرى التقريـر أن تطويـر الخدمـات الحكوميـة، بمـا فيهـا خدمـات الاتصـال الحكومـي، يبـدأ بفهـم احتياجـات المواطنيـن وأولوياتهـم، ويتـم ذلـك عـادة مـن خـلال إتاحـة الفرصـة للمواطنيـن للتعبيـر عمـا يجـول فـي أذهانهـم تجـاه الخدمـات وكيفيـة تذليـل صعوبـة الوصـول إليهـا والاسـتفادة منهـا.

ويتضمـن الجـزء التالـي عرضـا بأبـرز الدراسـات التـي عالجـت خصائـص واحتياجـات جمهـور الاتصـال الحكومـي فـي القنـوات الإلكترونيـة والشـبكية وتقييـم تلـك الاحتياجـات وجعلهـا أساسـا لتطويـر عمليـة الاتصـال وتحسـين الخدمـات المقدمـة. وقـد بينـت نتائـج تلـك الدراسـات تعـدد اسـتخدامات الجمهـور للمواقـع والتطبيقـات الإلكترونيـة الحكوميـة، وارتبـاط هـذا الاسـتخدام بتحقيـق منافـع المتعامـل مـع الموقـع المعرفيـة أو الخدميـة أو التفاعليـة ومسـتوى رضاهـا، مـع التأكيـد علـى ضـرورة أن يتمكـن المتعامـل مـع الموقـع أو البوابـة الحكوميـة مـن أن يكـون مشـاركاً فـي اتخاذ القـرار الحكومـي عبـر إتاحـة الفرصـة لـه للتعبيـر عـن رأيـه ووضـع تصوراتـه حول السياسـات والقـرارات الحكوميـة. كمـا أكـدت الدراسـات أهميـة أن تراعـي البوابـات والمواقـع الحكوميـة معاييـر الأمـان والخصوصيـة وسـهولة الاسـتخدام خاصـة أنهـا معاييـر تؤثـر علـى تقييـم للموقـع.

- دراسـة Hazlett and Hill,2003 والتـي اشـارت إلـى أن ثقـة المسـتخدم فـي الخدمـة الحكوميـة تعتمـد علـى دقتهـا وسـرعتها وتوفـر عناصـر الأمـان بهـا، وهـو مـا يدفعـه للاسـتمرار فـي اسـتخدامها. مـا يسـتوجب علـى الهيئـات الحكوميـة المقدمـة لهـذه الخدمـات التعـرف المسـتمر علـى حاجـات الجمهـور وبنـاء أسـاليب ملائمـة لتقديـم الخدمـة وإقناعـه باسـتخدامها.

- وأكـدت Santos , 2003 فـي دراسـة عـن جـودة الخدمـة الإلكترونيـة أهميـة كل مـن تصميـم وبنـاء الموقـع الإلكترونـي المقـدم للخدمـة، وتوفـر عوامـل الأمـان، ووضـوح المعلومـات والإجـراءات الخاصـة بالخدمـات التـي يقدمهـا، إلـى جانـب ضـرورة توفيـره لأدوات تفاعليـة عبـر الموقـع مـع الجمهـور المسـتخدم.

- كما توصلت دراسة كل من Yang, Jun, Peterson , 2004 إلى أن عوامل تقدير الجمهور للخدمة الإلكترونية تعتمد على كل من الثقة في الخدمة وتوفر معايير الأمن للموقع، وسرعة وسهولة التعامل مع الخدمة والحصول عليها وكفاءتها.

- حددت دراسة Ahmed,2006 مجموعة من المؤشرات التي تدل على فاعلية المشاركة الإلكترونية ومنها عدد رسائل البريد الإلكتروني، عدد رسائل الهاتف، عدد الباحثين عن المعلومات عبر الموقع، عدد المشاركين في الرسائل الإخبارية، عدد الاستجابات لاستطلاعات الراي والاستبيانات، عدد المشاركين في المنتديات، عدد المعلقين على الموضوعات أو الأخبار.

- ودراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري (2007) عن البوابات الإلكترونية للحكومة المصرية بالتطبيق على عينة من بوابات ثلاث محافظات مصرية، حيث قامت الدراسة بإجراء استبيان على عينة من مستخدمي هذه البوابات للتعرف على مدى استفادتهم منها، وتوصلت إلى ضرورة الاهتمام بتطوير المعلومات المتاحة، وكذلك إلى تطوير قدرات القائمين على إدارتها، وإرساء معايير تضمن جودة خدماتها. كما قامت الدراسة بإجراء مقابلات مع المسؤولين عن إدارة هذه البوابات والذين أكدوا اقتناعهم بأهميتها وجدواها بالرغم من إقرارهم بأنه لا يتم توظيفها بالشكل الملائم. كما أكدت الدراسة من خلال تحليل مضمون هذه البوابات أن المعلومات والخدمات المتاحة بها تحتاج إلى تطوير.

- وأشار كل من Halaris , Magoutas , Papadomichelaki , Gregoris , 2007 في دراسة عن المداخل المختلفة لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية إلى أن التقييم يعتمد على مدى سهولة الحصول على الخدمة عبر الإنترنت، والفوائد التي تقدمها، ومدى الإشباع المتحقق منها. وهو ما يتفق مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

- وتناولت دراسة Orgeron, 2008 تقييم الجمهور للخدمات الحكومية بولاية الميسسبي ورضاهم عنها، حيث حددت الدراسة مجموعة من العوامل المؤدية إلى سرعة تبني الجمهور للتعامل مع هذه الخدمات ورضائهم عنها وهي قدرة الجمهور على تبني التكنولوجيا الحديثة، واتجاهه نحو الثقة في الأنترنت كوسيلة وفى المواقع الحكومية، وكذلك جودة الخدمات المقدمة، تعد كلها من العوامل المهمة في هذا الصدد.

- وركزت دراسةAllahawia,2008 على العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الإلكترونية، حيث توصلت إلى أن كل من أمان الموقع المقدم للخدمة وطبيعة المعلومات والخدمات التي يوفرها، وكذلك سهولة استخدام الموقع وتصفحه، تعد من العوامل الدافعة للجمهور في استخدام الخدمات الإلكترونية.

- وتوصل Wu and Bauer ,2009 إلى حاجة المواقع الإلكترونية المحلية في عدد من المقاطعات الصينية إلى زيادة فرص المشاركة والتفاعل مع المواطنين، وإلى الحاجة لتوفير بيانات أكثر بصورة شفافة ومفتوحة.

- ووجدت دراسة Herbison 2009, Gauld, and Goldfinch, أن ارتفاع نسب المشاركة الإلكترونية تزيد من نسب الثقة في الخدمات الحكومية لدى المواطنين. وأن هذه المشاركة ترتفع لدى الفئات الأكثر تعليماً ودخلاً.

- وأكدFelczak & Glass 2009 أن المشاركة الإلكترونية يجب أن تكون متاحة وملائمة لكافة فئات الجمهور، وأنها تعد أحد حقوق الاتصال والحصول على المعلومات حتى يتمكن كل مواطن من أن يعرف ويناقش ويساهم في اتخاذ القرارات التي ترتبط بحياته.

- وقدمت دراسة Sheila M. McAllister,2009 مجموعة من المبادئ الخاصة بتفعيل الحوار بين المنظمة والجمهور عبر الأنترنت تحددت في تقديم المعلومات المفيدةUsefulness of information حيث ينبغي على المنظمات أن توفر معلومات قيمه ومفيدة ودقيقة لجمهورها بفئاته المختلفة عبر موقعها الإلكتروني ووسائلها الاتصالية الحديثة. وسهولة استخدام الموقع Ease of interface حيث ترتبط بتصميم شكل ومحتوى الموقع الإلكتروني للمنظمة، وترتيب عناصره بصورة جيدة بحيث يسهل على المستخدم تصفح الموقع وإيجاد المعلومات المطلوبة. والاحتفاظ بزوار الموقع Conservation of visitors ويتحقق ذلك من وجود روابط فائقة تعيد المستخدم للموقع أو صفحته الرئيسة، إلى جانب التحديث المستمر للموقع. وتشجيع معاودة زيارة الموقع Generation of return visit ويتحقق ذلك من وجود خدمات ومعلومات مهمة محدثة على الموقع تدفع الجمهور إلى العودة إليه وتكرار استخدامه، لما يحققه من فائدة اتصالية وخدمية للجمهور. وإقامة مساحات للحوار Dialogic loops ويتحقق ذلك من خلال إتاحة الفرصة أمام المستخدم للتعبير عن آراؤه ومقترحاته وتوجيه استفساراته لمسئولي الموقع.

- وأضاف Pettigrew & Reber ,2011 أن مستخدمي الموقع الإلكتروني المؤسسي يبحثون عن معلومات وخدمات تحقق فائدة لهم، وأن وجود هذه الفائدة يدفعهم للاستمرار في استخدام الموقع ، فالإعلاميين يهدفون إلى الحصول على أخبار المنظمة وخلفيات عنها وعن أعمالها وأوضاعها المالية أو المهنية ، وأن تحقق تلك الأهداف يساعد على بناء علاقة قوية بين المنظمة والإعلاميين.

- وتناولت دراسة Zakaria et others ,2011 رضا العملاء عن الخدمات البلدية الإلكترونية حيث توصلت إلى أن هناك عدة عوامل تؤدى إلى رضا العميل عن الخدمة الإلكترونية تتحدد في سهولة استخدام الخدمة، الخصوصية في التعامل مع الخدمة، الأمان والحفاظ على سرية بيانات العميل، الثقة في الخدمة وجودتها. وأشارت الدراسة إلى ضرورة تطوير المواقع الإلكترونية التي تقدم الخدمات الحكومية بما يحقق العوامل السابقة. ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة Lee , Kim and Ahn, 2011 حيث أكدت على العلاقة الارتباطية بين كل من جودة الخدمات الإلكترونية والثقة في استخدامها كعاملين مؤثرين على تبني الجمهور لهذه الخدمات.

- كما هدفت دراسة Sharma, , Bao, Xi and Qian, ,2012 إلى التعرف على مدى تبني استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية في الدول النامية، حيث توصلت الدراسة إلى أنه كلما تفاعل الجمهور مع المنظمة عبر موقعها الإلكتروني بسرعة وثقة، وكلما كان لديه وعي بالطرق الصحيحة للتعامل مع الخدمات الإلكترونية، كلما ساعد هذا على تبنى عملية الاستخدام.

- واستهدفت دراسة Hong, 2013 التعرف على دور المواقع الإلكترونية الحكومية في بناء ثقة الجمهور نحو الحكومة ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم هذه الثقة، وأجريت الدراسة على عينة من 2200 من مستخدمي الإنترنت وغير مستخدميها من المتعاملين مع الخدمات الحكومية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً إحصائية بين مستوى ثقة المتعاملين مع الخدمات الحكومية عبر الإنترنت وعبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين هؤلاء الذين لا يتعاملون مع الخدمات الحكومية عبر هذه الوسائل، لصالح الفئة الأولى.

- كما تناولت دراسة Shih-wu & Hsi-peng,2013 تبني استخدام الخدمات الحكومية بالتطبيق على دفع الضرائب إلكترونياً في تايوان، حيث توصلت الدراسة إلى أنه كلما شعر المواطن بالفوائد المتحققة من استخدامه للخدمة إلكترونياً، وكلما كانت سهلة الاستخدام وتحقق

مميـزات مقارنـة بالطـرق التقليديـة فـي الحصـول علـى الخدمـة وإمكانيـة التحقـق مـن ذلـك وتجربتـه، كلما سـاعد ذلـك فـي تبنـي اسـتخدام هـذه الخدمـات.

- وحـدد كل مـن Jiang & Wei, 2013 احتياجات مسـتخدمي الموقـع المؤسسـي وفقاً لأهـداف كل فئـة، فالعمـلاء يهتمـون بالتعـرف علـى الخدمـة أو السـلعة وخدمـات الحصـول عليهـا، ولديهـم دائماً تسـاؤلات ويبحثـون عـن الأدلـة والإرشـادات. وحملـة الأسـهم يهتمـون بأعمـال المنظمـة وإنجازاتهـا وتقاريرهـا الدوريـة، ويحرصـون علـى متابعـة تطـور المنظمـة. كمـا يهتـم الإعلاميـون بأخبـار المنظمـة وردود أفعالها حـول القضايـا المختلفـة. فـي حيـن يهتـم العاملـون بالأخبـار والمعلومـات الإداريـة للمنظمـة ومتابعـة فـرص تطورهـم. ويحـرص المجتمـع علـى متابعـة جهـود المنظمـة وإسـهاماتها الاجتماعيـة والإنسـانية.

- وأشـار Eray,2013 إلـى أهميـة التفاعـل مـع الجمهـور مـن خـلال الموقـع الإلكترونـي المؤسسـي وذلـك عبـر الحـوار والـرد علـى الاستفسـارات والتعليقـات وإتاحـة الفرصـة للجمهـور للاشـتراك فـي خدمـات النشـرات الإخباريـة الإلكترونيـة والتفاعـل معـه عبـر البريـد الإلكترونـي، واكـد أن هـذا التفاعـل يدعـم بنـاء العلاقـة مـع الجمهـور ويحقـق مرونـة زمانيـة ومكانيـة فـي التواصـل معـه.

- كمـا تناولـت دراسـات كل مـن (Chalhoub,2010) وAl-Jaghoub, Al-Yaseen, & Al- (Hourani ,2010 ) و(Mostafa,2013) و ( Alateyah, Crowder, & Wills, 2014) استخدام الجمهـور المصـري واللبنانـي والأردنـي والسـعودي للمواقـع الحكوميـة حيـث وجـدت أن عوامـل الثقـة، دقـة المعلومـات، الاقتناع بقـدرة الحكومـة علـى تقديـم الخدمـة، تنـوع الخدمـات المقدمـة وسـهولة التعامـل معهـا، تعـد مـن العوامـل المؤثـرة فـي اتجاهـات الجمهـور نحـو الخدمـات الحكوميـة وتحفيـزه علـى اسـتخدامها، كما أشـارت الدراسـات إلـى أن عوامـل مثـل عـدم توفـر بعـض الخدمـات بالصـورة المتوقعـة، وقلـة خبـرة نسـبة كبيـرة مـن السـكان بالتعامـل مـع التكنولوجيـا الحديثـة، وعـدم الثقـة فـي توفـر عنصـر الأمـان والحفـاظ علـى سـرية المعلومـات تعـد مـن العوامـل المؤثـرة سـلباً علـى تبنـي الجمهـور فـي هـذه الـدول لاسـتخدام الخدمـات الحكوميـة.

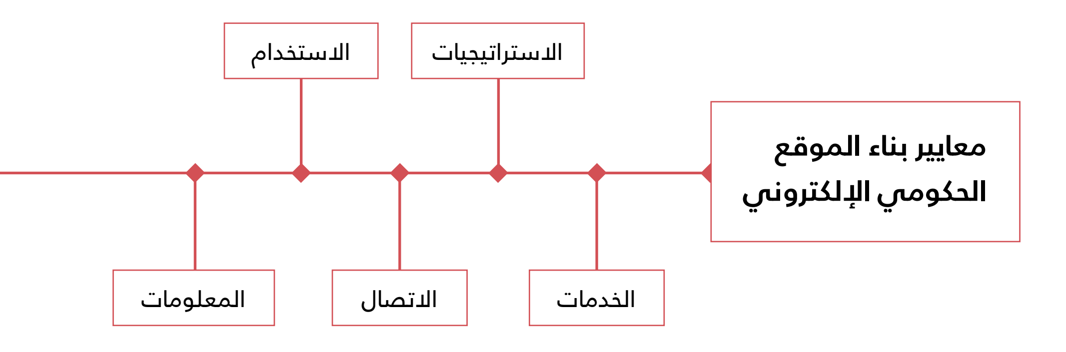
- وأشـارHolland,2015 فـي دراسـته حـول التواصـل الإلكترونـي لعـدد مـن الحكومـات المحليـة فـي أسـتراليا إلـى ضـرورة الاهتمـام بالتواصـل مـع الجمهـور عبـر وسـائل التواصـل الاجتماعـي لدعـم المشـاركة وتحقيـق التكامـل مـع وسـائل الاتصـال الأخـرى، خاصـة عنـد القيـام بتنفيـذ حمـلات اتصاليـة محليـة.

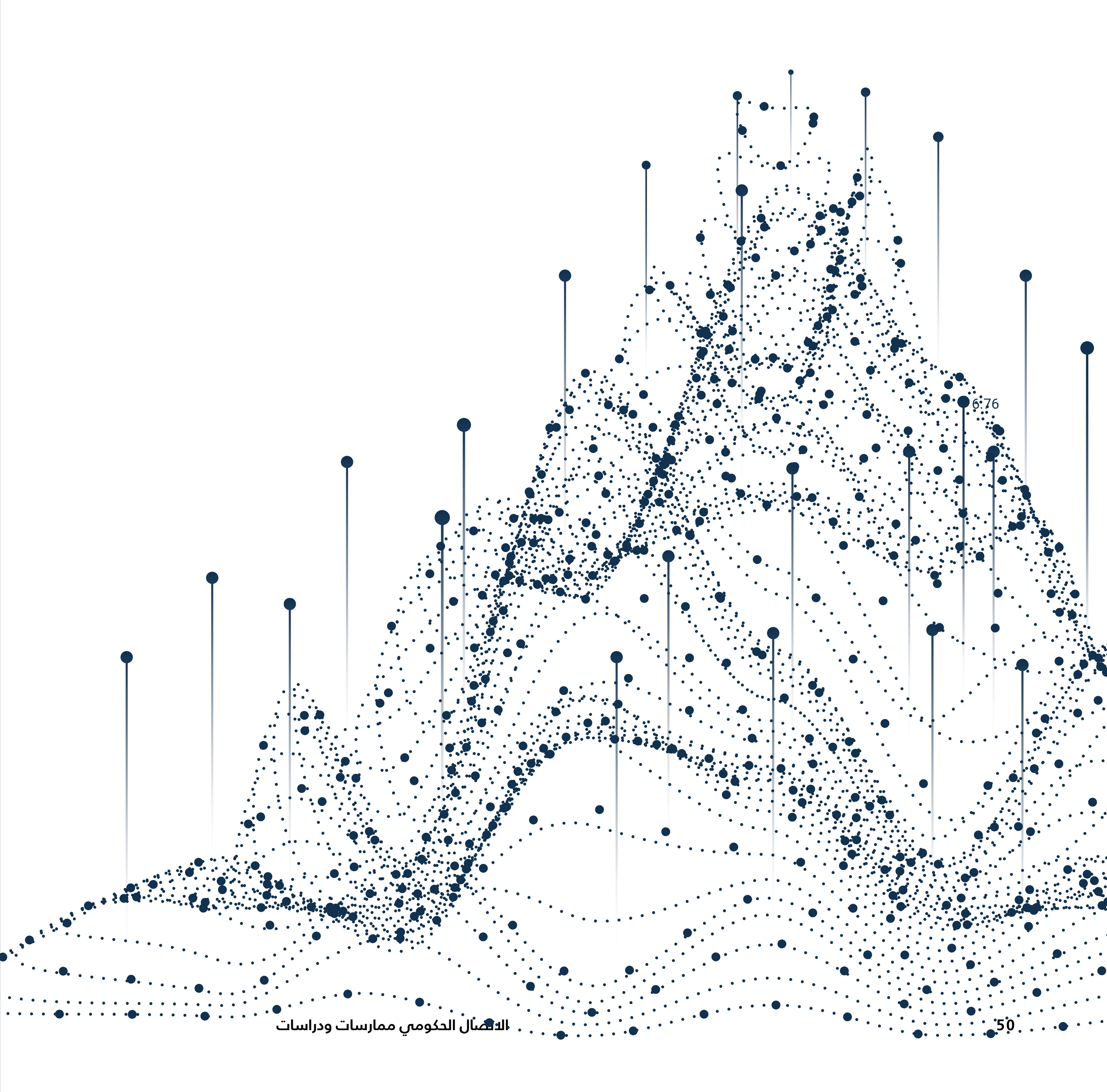
- ويـرى Suarez, Conde, Martínez and Juan,2016 أن سـهولة اسـتخدام الموقـع الإلكترونـي المؤسسـي تمثـل العامـل الأساسـي لنجاحه، وأن هـذه السـهولة تحقـق مـن خـلال عـدد مـن العوامـل منها: تقديـم محتوى مفيـد وثـري للمسـتخدمين يقابـل توقعاتهـم، تقديـم محتـوى دقيـق وواضـح، بنـاء أسـاليب سـهلة لاسـتخدام الموقـع والتفاعـل مـع مضمونـه، التحديـث المسـتمر للموقـع، وسـرعته.

- وأشـار Eray,2016 إلـى تعـدد أشـكال التفاعـل مـع مسـتخدمي الموقـع عبـر الموقـع الإلكتروني ومنهـا إمكانيـه إرسـال رسـائل إلـى محـرر الموقـع أو خدمـة العمـلاء، الإجابـة عـن الاسـتبيانات الإلكترونيـة، التعبيـر عـن الـرأي والتعليـق على أخبار المنظمة، إجراء حوارات مباشـرة، والاشـتراك فـي خدمـات المعلومـات والخدمـات الإخباريـة للمنظمـة. الحـوار المتبـادل والتغذيـة المرتـدة Mutual dialogue and feedback حيـث يتحقـق الحـوار المتبـادل ورجـع الصـدى الفـوري مـن خـلال وسـائل الاتصـال الحديثـة، وتتمكـن المنظمـة مـن خـلال ذلـك مـن التعـرف علـى حاجـات الجمهـور ومشـكلاته وأراءه والإجابـة عـن استفسـاراته.

- ويـرى Lorca & Martinez, 2016 أن الإنترنـت سـهلت علـى الأفـراد والمنظمـات التواصـل ونشـر وتبـادل المعلومـات عبـر أدوات ووسـائط متنوعـة. وأشـارت منتصـر (2016) إلـى تعـدد الدراسـات التـي تناولـت الاسـتخدام الحكومـي للأنترنـت فـي دول مختلفـة، وأشـارت إلـى سـعي هـذه الدراسـات لتقييـم المواقـع واسـتخدامات مجموعـات المصالـح لهـا، ودورهـا فـي بنـاء العلاقـة مـع الجمهـور وتكويـن صـورة ذهنيـة جيـدة عـن المنظمـة الحكوميـة.

- وتوصـل Sandoval and Garica,2012 فـي دراسـة علـى عينـة مـن البوابـات الإلكترونية لعدد 32 ولايـة مكسـيكية إلـى الاهتمـام بنشـر المعلومـات بصـورة أكبـر مـن الاهتمـام بالتفاعـل أو المشـاركة مـع الجمهـور، وأشـارت الدراسـة إلـى أن وظائـف أي بوابـة حكوميـة تتحـدد فـي تقديـم المعلومـات والخدمـات وتحقيـق التفاعـل والمشـاركة مـع الجمهـور.




6.76



- وأشار Abushnab,2017 في دراسة على عينة من الشباب الجامعي في الأردن أن توفر معايير سهولة الاستخدام للتعامل مع الخدمات الحكومية تعد دافعاً هاماً للمشاركة الإلكترونية والتفاعل مع أدواتها المتاحة على المواقع الحكومية.

## دراسات الاتصال الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة

شهد قطاع الاتصال الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة نقلات نوعية وكمية بارزة خلال السنوات العشر الماضية تمثلت في إنشاء وإطلاق تحولات هيكلية في وظائف وهيكليات إدارات الاتصال والعلاقات العامة في جميع المؤسسات الحكومية لتتحول إلى إدارات للاتصال الحكومي بمفهومه الحديث. وقد كان إنشاء مكتب الاتصال الحكومي في وزارة شؤون مجلس الوزراء والمستقبل عام 2008 محطة مميزة في مسيرة تطوير قطاع الاتصال الحكومي في الدولة حيث تعمل وزارة شؤون مجلس الوزراء والمستقبل من خلال المكتب على بناء نظام متكامل للاتصال الداخلي والخارجي في الحكومة الاتحادية، يواكب التطورات العالمية في هذا المجال، ويدعم الخطة الاستراتيجية للحكومة الاتحادية. وتتضمن مسؤوليات المكتب تعزيز قنوات الاتصال الداخلي بين الوزارات والهيئات الاتحادية، إضافة إلى التخطيط الاستراتيجي الإعلامي وتطوير القدرات والكفاءات الإعلامية ضمن الوزارات والهيئات الاتحادية. ويقوم المكتب كذلك بإجراء الأبحاث والدراسات حول قضايا الاتصال الحكومي، إضافة إلى تفعيل قنوات الاتصال الخارجي مع الجهات المتابعة لعمل الحكومة الاتحادية، وذلك ضماناً لشفافية ودقة المعلومات. ويعمل المكتب كذلك على تنسيق الرسائل الإعلامية للحكومة بما يخدم ويحقق الأهداف العامة لخطة الحكومة الاستراتيجية. وقد أطلق المكتب منذ تأسيسه مجموعة من المبادرات كان أبرزها نظام المتحدث الرسمي في الحكومة

وفـي إمـارة الشـارقة، جـاء إنشـاء المكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة وفـق توجيهـات ورؤى صاحـب السـمو الشـيخ الدكتـور سـلطان بـن محمـد القاسـمي عضـو المجلـس الأعلـى حاكـم الشـارقة، ليكـون منصـة رائـدة فـي تعزيـز مكانـة الإمـارة علـى الخريطـة العالميـة وإبـراز صـورة الشـارقة المشـرقة وإنجازاتهـا المشـهودة فـي مختلـف الميادين.

ويعـد المكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة هيئـة حكوميـة مسـتقلة تسـتهدف تمكيـن الإعـلام والاتصـال الحكومـي فـي الإمـارة، وتحقيـق التناغـم والتكامـل بيـن الرسـائل الإعلامية ليكـون المرجع الأساسـي والموثـوق لأخبـار وفعاليات إمـارة الشـارقة علـى مسـتوى الحكومـة والإمـارة ككل.

والمكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة هـو المحـرك الرئيـس للنشـاط الإعلامـي فـي الإمـارة وفـق خطـط وأهـداف مدروسـة تسـاند خطـى الإمـارة نحـو تحقيـق التنميـة المسـتدامة، وتواكـب مجمـل التطـورات والإنجـازات المتلاحقـة التـي حققتهـا الإمـارة وأوجـدت لهـا مكانتهـا العالميـة وصـولاً إلـى جعلهـا مركـزاً إعلاميـاً وثقافيـاً منفـرداً.

ويعقـد المكتـب الشـراكات والتنسـيق مـع المؤسسـات ذات الاختصـاص فـي الإمـارة وخارجهـا بهـدف تبـادل المعلومـات والخبـرات وتطويـر مجـالات العمـل المشـترك وعقـد النـدوات والمؤتمرات التخصصيـة والمشـاركة فـي المؤتمـرات ذات العلاقـة الداخليـة منهـا والخارجيـة.
ويدعـم المكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة كبـرى الفعاليات التـي تنظمهـا إمـارة الشـارقة، ويبـرز انجازاتهـا بمختلـف القطاعـات مـن خـلال تناولهـا عبـر تقاريـر صحفيـة متخصصـة يتـم التعـاون فـي نشـرها مـع مختلـف وسـائل الإعـلام المحليـة والدوليـة.

ويحـرص المكتـب علـى اعتمـاد اسـتراتيجيةٍ مدروسـةٍ ومسـؤولةٍ، مسـتوحاةٍ مـن رؤى صاحـب السـمو حاكـم الشـارقة، وتتوافـق مـع السياسـات والقوانيـن الإعلاميـة الاتحاديـة فـي دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة، وترتكـز علـى التقاليـد العريقـة والثقافـة الأصيلـة فـي الإمـارة.

ويضـم المكتـب الإعلامـي لحكومـة الشـارقة، المركـز الدولـي للاتصـال الحكومـي الـذي يعـد

أول مركز متخصص في مجال الاتصال الحكومي في المنطقة العربية والعالم، وهو مبادرة نوعية واستراتيجية، ومؤسسة فكرية علمية معرفية بحثية وتطبيقية متخصصة، ومرجعاً مهماً في كافة مجالات الاتصال الحكومي محلياً وإقليمياً ودولياً.

وينظم المركز الدولي للاتصال الحكومي سنوياً المنتدى الدولي للاتصال الحكومي. الذي يشكل منصة عالمية مهمة لمناقشة قضايا الاتصال الحكومي وسبل تطويره وفق أرفع المعايير والممارسات. ولا بد هنا من الإشارة إلى جائزة الشارقة للاتصال الحكومي التي أطلقها المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة بتوجيهات سامية من صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي عضو المجلس الأعلى حاكم الشارقة، في أيلول / سبتمبر 2012 لتسليط الضوء على إنجازات الأفراد والمؤسسات في قطاع الاتصال الحكومي. وتعمل الجائزة على ترسيخ أفضل الممارسات المهنية في قطاع الاتصال الحكومي في الدولة ومنطقة الخليج العربي. وتسهم في تثمين جهود المؤسسات المحلية والإقليمية والمجموعات والأفراد، ودعم إنجازاتهم وإبداعاتهم التي تساهم في تحقيق تواصل أفضل مع الجمهور، وإيجاد شراكة حقيقية بين الجهات الحكومية وصناع القرار فيما بينهم من جهة وبين فئات الجمهور المتنوعة من جهة أخرى.

ويعرض الجزء التالي لعديد من الدراسات في الاتصال الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة التي ركزت على محاور متعددة شملت الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة ومؤسساتها على النطاق الاتحادي أو المحلي، وتناول البعض منها توظيف وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في المواقع الإلكترونية والحسابات الرسمية الحكومية في التفاعل مع الجمهور وتقديم الخدمات الممكنة له، وركزت دراسات أخرى على وظائف ومؤهلات القائمين على الاتصال في الجهة الحكومية. وقد تبين من هذه الدراسات اهتمام دولة الإمارات بالاتصال الحكومي من خلال عدة أصعدة تتضمن التخطيط الجيد لسياسات الاتصال الحكومي والاهتمام بإداراته وتطوير قدرات العاملين فيه، والاهتمام بالتواصل الفعال المستمر مع فئات المتعاملين على اختلاف خصائصهم بالأخذ في الاعتبار العوامل الثقافية، إلى جانب الاهتمام بتوظيف وسائل الاتصال الحديثة في الوصل للجمهور، والتخطيط والإعداد والتنفيذ المهني الجيد لمحتوى ذلك الاتصال.

- حللت دراسة عايش (2005) عشرين موقعاً إلكترونياً لمنظمات حكومية وخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتوصلت إلى اهتمام هذه المنظمات بوضع معلومات عن أعمالها وأدوارها في خدمة المجتمع على مواقعها الإلكترونية، إلى جانب اهتمامها بتقديم

معلومات وبيانات للصحفيين وتوفير صور عن الأحداث والأعمال والشخصيات المرتبطة بالمنظمة. وتوفير وسائل للتعرف من خلالها على رد فعل الجمهور تجاه المنظمة. كما توصلت إلى أن المنظمات الخاصة تهتم بتوفير هذه النوعية من المعلومات بصورة أكبر من المنظمات الحكومية، وأن الموقع الإلكتروني للمنظمة يستخدم كوسيلة مدعمة لأنشطة الاتصالات التسويقية وأنشطة العلاقات العامة.

- دراسة سليمان (2009) التي أشارت إلى اهتمام المؤسسات الحكومية في إمارة دبي بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين الجمهور من خلال مفهوم الحكومة الإلكترونية عن طريق إضافة نمط الاتصال الإلكتروني، كما وجدت الباحثة توفر مؤشرات التفاعل داخل الموقع إلى جانب اهتمام بعضها بتقديم معلومات عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية مما ساهم في تكوين صورة إيجابية عنها.

- دراسة عياد (2012) عن معالجة العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في طيران الأمارات لأزمة الرماد البركاني، حيث استهدفت الدراسة الوقوف على كيفية معالجة العلاقات العامة بالشركة لهذه الأزمة والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك من خلال أسلوبي المقابلة مع مسؤولي العلاقات العامة بالشركة والملاحظة المباشرة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها قدرة الشركة على إدارة الأزمة إعلامياً وإنسانياً وفق المعايير العلمية المتعارف عليها في إدارة الأزمات وذلك من خلال كل من مركز التحكم والسيطرة وغرفة إدارة الأزمة ومركز اتصالات الأزمة. كما توصلت إلى فاعلية استخدام وسائل الإعلام والموقع الإلكتروني للشركة في التعامل مع الموقف.

- دراسة فاروق (2012) حول أدوات الاتصال التفاعلي المستخدمة في المواقع الإلكترونية الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة التي أجريت على عينة من أربعين منظمة حكومية متنوعة تضمنت وزارات وهيئات شرطية وبلديات ومؤسسات صحية وتعليمية حيث تم تحليل مواقعها الإلكترونية وفق استمارة معدة لذلك للتعرف على أدوات التفاعل المستخدمة بهذه المواقع وكذلك التعرف على وسائل الاتصال الإعلامي التي يتم توظيفها على هذه المواقع. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها الاهتمام الواضح للمنظمات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة بتوظيف العديد من أدوات التفاعل لتدعيم التواصل مع الجمهور ودفعه إلى استخدام مواقعها الإلكترونية للحصول على معلومات أو إرشادات أو تنفيذ خدمات معينة. وتمثلت أهم أدوات التفاعل في البريد الإلكتروني، الروابط الفائقة لمصادر المعلومات، إرسال المقترحات والشكاوى والاستفسارات والتعليق على الأحداث والموضوعات وربط الموقع بمواقع التواصل

الاجتماعـي والمنتديـات وتحميـل الملفـات وتسـجيل البيانـات علـى الموقـع لتلقـى خدمـات المنظمـة والتسـجيل فـي قوائـم البريـد الإلكترونـي. وتشـير تلـك النتائـج إلـى توظيـف هـذه المواقـع للفائـدة الأساسـية مـن عملية التفاعـل علـى الموقـع التـي تعنـى بالتواصـل مـع الأفـراد المسـتخدمين باسـتخدام تطبيقـات متنوعـة سـواء للتفاعـل مـع المضمـون علـى الموقـع أو التفاعـل مع القائميـن بالاتصـال أو المسـتخدمين الأخريـن وهـو مـا أتاحتـه المواقـع فـي عينـة الدراسـة. كما توصلـت الدراسـة أيضاً إلـى اهتمـام المنظمـات الحكوميـة المتضمنـة فـي عينـة الدراسـة بتوفيـر العديـد مـن أدوات الاتصـال الإعلامـي علـى مواقعهـا بهـدف نشـر أخبارهـا والتعريـف بأنشـطتها وإنجازاتهـا وخدماتهـا ومـن هـذه الوسـائل البيانـات الإخباريـة والصـور والإعلانـات والتقاريـر والأدلـة والمـواد المصـورة. وأكـدت الدراسـة علـى تميـز المواقـع الإلكترونيـة للمنظمـات الحكوميـة بدولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة وتوظيفهـا لإمكانـات الإنترنـت الاتصاليـة لتفعيـل التواصـل والحـوار مـع الجمهـور، وهـو مـا ينعكـس علـى قـدرة هـذه المواقـع علـى تقديـم مضمـون متعمـق مكتمـل المعلومـات وتعـدد الخيارات أمـام المسـتخدم وجعـل الموقـع أكثـر سـهولة وجاذبيـة.

- دراسـة عنبـر (2013) عـن اسـتخدام العلاقـات العامـة للإنترنـت كأداة للتواصـل مـع الجمهـور: دراسـة علـى دوائـر وهيئـات حكومـة الشـارقة، تناولـت هـذه الدراسـة اسـتخدام إدارات العلاقـات العامـة فـي دوائـر حكومـة الشـارقة للشـبكة العنكبوتيـة فـي مجـال التواصـل مـع الجماهيـر المختلفـة. وهدفـت إلـى التعـرف علـى مـدى توظيـف 13 دائـرة وهيئـة حكوميـة بإمـارة الشـارقة لأدوات وتطبيقـات الإنترنـت المختلفـة (كالموقـع الإلكترونـي، ومواقـع التواصـل الاجتماعـي كالفيسـبوك والتويتر..الـخ) فـي مجـال ممارسـة العلاقـات العامـة والتواصـل وإقامـة الحـوار مـع الجماهيـر، وتحليـل هـذه الأدوات للتعـرف علـى المضاميـن التـي قدمتهـا لجماهيرهـا المسـتهدفة فـي هـذا الإطـار. واعتمـدت الدراسـة علـى المنهـج المسـحي مسـتخدمه أداتيـن لجمـع البيانـات مـن عينـة الدراسـة، الأولـى: أداة تحليـل المواقـع الإلكترونيـة: بغـرض التعـرف علـى مـدى اسـتخدام الموقـع كأداة لبناء العلاقـات القائمـة علـى الحوار مع الجمهـور، والمحتوى الـذي تتضمنـه فـي هـذا الإطـار. والثانيـة: أداة تحليـل تطبيقـات الإنترنـت الأخـرى: والتـي تـم حصرهـا فـي صفحـات الفيسـبوك والتويتـر وقنـوات اليوتيـوب، بهـدف التعـرف علـى مـدى اسـتفادة الدوائـر والهيئـات مـن الخدمـات المتاحـة ضمـن هـذه التطبيقـات فـي إطـار تحقيـق الاتصـال وإقامـة الحـوار بينهـا وبيـن الجمهـور المسـتخدم. وتوصلـت الدراسـة إلـى جملـة مـن النتائـج مـن أهمهـا:

- وجـود تفـاوت فـي مسـتوى توظيـف مواقـع دوائـر وهيئـات حكومـة الشـارقة وصفحاتهـا وقنواتهـا علـى مواقـع التواصـل الاجتماعـي لآليـات الحـوار والاتصـال المتبـادل مـع الجمهـور.

وقـد يرجـع ذلـك لمجموعـة من الإشـكاليات المعرفية، والعقـد الاجتماعية والثقافية، والرواسـب التنظيميـة والإداريـة التـي تؤثـر فـي درجـة اسـتثمار إدارات العلاقـات العامـة لهـذه القنـوات الإلكترونيـة فـي مجـال الاتصـال بالجماهيـر.

- تسـتخدم المواقـع الرسـمية للدوائـر والهيئـات بغـرض الترويـج للدائـرة بصفـة أساسـية، لـذا ركـزت مضامينهـا وأشـكالها الإعلاميـة علـى التعريـف برسـالتها وأهدافهـا وبرامجهـا وأنشـطتها. وبمـا أن صفحـات الدوائـر وقنواتهـا علـى شـبكات التواصـل الاجتماعـي خضعـت للذهنيـة التـي أديـرت بهـا المواقـع الرسـمية، بـدت تلـك الصفحـات كصـور مستنسـخة عـن موقـع الدائـرة، ومـا يحتويـه مـن معلومـات عـن خدماتهـا وبرامجهـا.

- إن بـروز المضاميـن التـي تعبـر عـن نمـوذج الوكالـة الصحفيـة فـي مختلـف مواقـع وصفحـات دوائـر حكومـة الشـارقة، يعتبـر مؤشـر علـى ممارسـة العلاقـات العامـة بالشـكل التقليـدي، وسـيادة نمـط الاتصـال أحـادي الاتجـاه. كمـا أن تراجـع مسـتوى تطبيـق النمـوذج المتناسـق ثنائـي الاتجـاه –فـي تلـك المواقـع والصفحـات- قـد يفسـر تدنـي مسـتوى الحـوار والتواصـل بيـن تلـك الدوائـر وجماهيرهـا.

- دراسـة فـاروق (2013) عـن معاييـر وأسـاليب اسـتخدام شـبكات التواصـل الاجتماعـي فـي الاتصـالات المؤسسـية الحكوميـة: دولـة الإمـارات العربيـة نموذجـاً نحـو التحـول إلـى الحكومـة الذكيـة، حيـث اسـتهدفت الدراسـة التعـرف علـى طبيعـة المحتـوى المنشـور علـى مواقـع التواصـل الاجتماعـي للمنظمـات الحكوميـة فـي دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة بالتطبيق على موقـع فيـس بـوك Facebook فـي إطـار نظريـة الاتصـال الحـواري فـي العلاقـات العامـة، مـن خـلال إجـراء تحليـل كيفـي وكمـي لأربعيـن حسـاب لـوزارات وهيئـات اتحاديـة ومجالـس وهيئـات محليـة فـي الدولـة، وتوصلـت الدراسـة إلـى تعـدد مضاميـن المحتـوى المنشـور مـن حيـث الهـدف والمعلومـات المقدمـة وأسـلوب تقديـم المضمـون وطبيعـة مشـاركة الجمهـور، كمـا رصـدت الدراسـة وحـددت مجموعـة مـن المعاييـر الإرشـادية التـي تحكـم عمليـة إدارة حسـابات المنظمـات الحكوميـة علـى هـذه المواقـع. إضافـة إلـى تقديـم نمـوذج لاسـتخدام وسـائل الاتصـال الحديثـة يتوافـق مـع التوجـه نحـو تطبيقـات الحكومـة الذكيـة للدولـة يعـرف باسـم « العلاقـات العامـة الذكيـة.

- دراسـة عيـاد (2016) عـن العلاقـة بيـن ممارسـي العلاقـات العامـة ووسـائل الإعـلام: دراسـة علـى المؤسسـات الحكوميـة فـي إمـارة دبـي، حيـث هدفـت الدراسـة إلـى الوقـوف علـى

طبيعـة العلاقـة بيـن أقسـام وإدارات العلاقـات العامـة والاتصـال المؤسسـي مـن جانـب ووسـائل الإعـلام مـن جانـب أخـر مـن وجهـة نظـر الممارسـين فـي الدوائـر والهيئـات الحكوميـة فـي إمـارة دبـي. وطبقـت الدراسـة علـى عينـة مـن 20 دائـرة وهيئـة حكوميـة، حيـث توصلـت إلـى عـدد مـن النتائـج مـن أهمهـا إدراك الممارسـين فـي الدوائـر محـل الدراسـة لأهميـة العلاقـة مـع وسـائل الإعـلام وإلـى فهمهـم أن العلاقـة مـع هـذه الوسـائل يجـب أن تحقـق المصالـح المتبادلـة للطرفيـن، وأن هـذا الإدراك يسـتجيب لبعـض مبـادئ نمـاذج العلاقـات مـع الإعـلام ومنهـا نمـوذج التفاعـل ونمـوذج رد الفعـل. كمـا أشـارت إلـى إدراكهـم إلـى كـون هـذه الوسـائل تعـد مـن الفئـات المعنيـة بالتواصـل معهـا والاهتمـام باحتياجاتهـا.

- دراسـة السـويدي (2017) عـن اسـتخدام المتعامليـن للمواقـع الإلكترونيـة للهيئـات والدوائـر الحكوميـة فـي إمـارة الشـارقة. حيـث هدفـت الدراسـة إلـى التعـرف علـى اسـتخدام المتعامليـن للمواقـع الإلكترونيـة للهيئـات والدوائـر الحكوميـة فـي إمـارة الشـارقة، ولتحقيـق ذلـك طبقـت الدراسـة أداة مكونـة مـن ثـلاث أقسـام رئيسـة: القسـم الأول لمـدى اسـتخدام الإنترنـت والمواقـع الإلكترونيـة، والقسـم الثانـي للإشـاعات والعوائـد المتحققـة مـن اسـتخدام المواقـع الإلكترونيـة للدوائـر والهيئـات، والقسـم الثالـث خصـص للبيانـات العامـة. وطبقـت الاسـتبانة علـى (300) مـن المتعامليـن مـع الدوائـر والهيئـات التاليـة: شـرطة الشـارقة، بلديـة الشـارقة، الدائـرة الاقتصاديـة، دائـرة الاقامـة وشـؤون الأجانـب، هيئـة مطـار الشـارقة وهيئـة ميـاه وكهربـاء الشـارقة. وتوصلـت الدراسـة إلـى عـدد مـن النتائـج منهـا:

- يعـد التعـرف علـى حسـابات التواصـل الاجتماعـي للمؤسسـات الحكوميـة، وكذلـك مـدى وجـود وظائـف متاحـة بهـا، مـن أهـم أسـباب التعامـل مـع مواقعهـا الإلكترونيـة، إضافـة لمعرفـة الأخبـار وإجـراءات المعامـلات وخاصـة معامـلات الدفـع.

- مجـالات اسـتخدامات الإلكترونيـة للدوائـر والهيئـات الحكوميـة بالشـارقة كانـت التقـدم بطلبـات عبـر النمـاذج الإلكترونيـة وسـداد الرسـوم عبـر الدفـع الإلكترونـي.

- الإشـباعات المحققـة مـن اسـتخدام المتعامليـن للمواقـع الإلكترونيـة للدوائـر والهيئـات الحكوميـة بالشـارقة كانـت الشـعور بالسـعادة والحصـول علـى خدمـة حكوميـة بسـهولة.
- مـن أشـكال التفاعـل مـع المواقـع الإلكترونيـة للدوائـر والهيئـات الحكوميـة بإمـارة الشـارقة هـي الدخـول إلـى حسـاب الدوائـر والهيئـات علـى مواقـع الاتصـال الاجتماعـي والدردشـة مـع الموظفيـن.

- تقييـم المتعامليـن للمواقـع الإلكترونيـة للدوائـر والهيئـات الحكوميـة بالشـارقة جاء بناءً علـى سـرعة الاسـتجابة والرد علـى الاستفسـارات والشـكاوى مناسـبة، وهنـاك وضـوح فـي سياسـة الخصوصيـة للمتعامليـن.

- عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة فـي أسـباب ودوافـع اسـتخدام المتعامليـن للمواقـع الإلكترونيـة للهيئـات والدوائـر الحكوميـة فـي إمـارة الشـارقة تُعـزى إلـى متغيـر النـوع، وإلـى متغيـر الفئـة العمريـة، وإلـى متغيـر المؤهـل العلمـي وإلـى متغيـر الوظيفـة وإلـى متغيـر الجنسـية.

- عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائيـة فـي الإشـباعات المتحققـة مـن اسـتخدام المواقـع الإلكترونيـة للهيئـات والدوائـر الحكوميـة فـي إمـارة الشـارقة تُعـزى إلـى متغيـر النـوع، وإلـى متغيـر الفئـة العمريـة، وإلـى متغيـر المؤهـل العلمـي وإلـى متغيـر الوظيفـة وإلـى متغيـر الجنسـية، وإلـى متغيـر النـوع.

- دراسـة Darwish, 2017 والتـي اسـتهدفت الدراسـة التعـرف علـى تأثيـر اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعـي فـي الاتصـال الحكومـي بدولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة، مـن خـلال تحليـل مئـة حسـاب لعـدد 25 جهـة حكوميـة. وتوصلـت إلـى استخدام هـذه الحسـابات فـي مجال نشـر الأخبـار الخاصـة بهـذه الجهـات وكذلـك فـي مجـال التوعيـة وتسـويق الخدمـات الحكوميـة، بمـا يحقـق شـفافية التواصـل مـع المتعامليـن ويدعـم عمليـة الوصول إليهم. وأشـارت الدراسـة إلـى أن عمليـة نشـر الأخبـار والمعلومـات عبـر هـذه الحسـابات تتـم مـن خـلال نشـر الوثائـق والروابـط، والفيديـو والصـور، كمـا أكـدت علـى أن حجـم الاهتمـام بنشـر المعلومـات يفـوق الاهتمـام بتحقيـق المشـاركة والتفاعـل وإنتـاج المحتـوى، وهـو مـا أوصـت الدراسـة بضـرورة الاهتمـام بتفعيلـه.

- دراسـة سـليمان (2016) عـن اسـتخدام الاتصـال الحكومـي فـي تعزيـز الهويـة الوطنيـة فـي دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة، والتـي حللـت فيهـا المواقـع الإلكترونيـة لـكل مـن وزارة الثقافة والشـباب وتنميـة المجتمـع، ووزارة الدفـاع، ومبـادرة البيـت متوحـد، بهـدف الوقـوف علـى كيفيـة تعزيـز الهويـة الوطنيـة الإماراتيـة مـن خـلال هـذه المواقـع. وتوصلـت الدراسـة إلـى أن الأهـداف والخطـط الاسـتراتيجية المعلنـة عبـر هـذه المواقـع تتوافـق مـع الـدور المطلـوب مـن هـذه القطاعـات فـي مجـال تدعيـم الهويـة الوطنيـة، كمـا أن المبـادرات التـي تطلقهـا هـذه القطاعـات وتنشـر عنهـا عبـر مواقعهـا تتوافـق مـع تعزيـز الهويـة. واشـارت الدراسـة إلـى أن الأنشـطة الفعليـة التـي يتـم تنفيذهـا، وأسـاليب تقديمهـا والتعبيـر عنهـا مـن حيـث المضمـون

ومـن حيـث الرمـوز المسـتخدمة والصـور والشـخصيات تعكـس جميعهـا الهويـة الوطنيـة، كمـا اشـارت الباحثـة إلـى اهتمـام المواقـع الإلكترونيـة بالتفاعـل مـع الجمهـور لدفعـه إلـى المشـاركة فـي المبـادرات الوطنيـة.

- دراسـة فـاروق (2017) عـن إدراك الجمهـور لجـودة الاتصـالات والخدمـات الحكوميـة الإلكترونيـة دراسـة علـى عينـة مـن مواطنـي دولـة الإمارات حيث اسـتهدفت الدراسـة التعرف علـى إدراك وتقييـم مواطنـي دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة للخدمـات المقدمـة عبـر كل مـن المواقـع الإلكترونيـة للمنظمـات الحكوميـة وتطبيقاتهـا المتاحـة عبـر شـبكة الإنترنـت كوسـائل يتـم مـن خلالهـا تقديـم خدمـات حكوميـة متنوعـة للجمهـور، إلـى جانـب تقديـم المعلومـات والإرشـادات والتوعيـة اللازمـة فـي مجـالات مختلفـة. وذلـك مـن خـلال التعـرف علـى تقييـم الجمهـور الإماراتـي للفوائـد المتحققـة مـن اسـتخدام هـذه الخدمـات وسـهولة التعامـل معهـا، كمـا هدفـت إلـى التعـرف علـى تقييـم الجمهـور لعناصـر جـودة الخدمـات الإلكترونيـة المقدمـة عبـر الهيئـات الحكوميـة المختلفـة ومـدى ثقتهـم بالاسـتخدام الإلكترونـي لهـذه الخدمـات، وذلـك وفقـاً لـكل مـن نمـوذج قبـول التكنولوجيا، ونمـوذج جـودة الخدمـات الإلكترونيـة، وكذلـك نمـوذج الثقـة فـي الموقـع الإلكترونـي. وتحـدد مجتمـع الدراسـة فـي مواطنـي دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة، حيـث تـم تطبيـق الدراسـة علـى عينـة مـن مسـتخدمي الخدمـات الحكوميـة الإلكترونيـة والذكيـة مـن المواطنيـن بلغـت 300 مسـتخدم، عبـر تطبيـق اسـتبانة تـم مـن خـلال أسـئلتها الإجابـة عـن تسـاؤلات الدراسـة. وتوصلـت الدراسـة إلـى أن أفـراد العينـة يقيمـون الخدمـات الإلكترونيـة والتطبيقـات الذكيـة للمنظمـات الحكوميـة بصـورة إيجابيـة وذلـك مـن حيـث الفوائـد المتحققـة مـن اسـتخدامها وسـهولة التعامـل معهـا، وجودتهـا والثقـة فيهـا. وأشـارت الدراسـة إلـى أن كل مـن تصميـم الموقـع الإلكترونـي الحكومـي وأسـلوب بنـاء المعلومـات بداخلـه وكذلـك أدوات التفاعـل المتاحـة مـن خلالـه، تعـد مـن العوامـل الدافعـة للجمهـور للتعامـل مـع الخدمـات التـي يقدمهـا.

- دراسـة فـاروق (2017) عـن القواعـد القانونيـة والأخلاقيـة للاتصـال الحكومـي عبـر وسـائل التواصـل الاجتماعـي بدولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة. اسـتهدفت الدراسـة تحليـل القوانيـن والقواعـد المؤسسـية الخاصـة بالتعامـل مـع المعلومـات عبـر وسـائل التواصـل الاجتماعـي والمحـددة لاسـتخدام المنظمـات الحكوميـة بدولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة لهـذه الوسـائل فـي تواصلهـا مـع الجمهـور والسياسـات الخاصـة بالمشـاركة الإلكترونيـة، وذلـك مـن خـلال تحليـل كل مـن قانـون جرائـم تقنيـة المعلومـات، والدليـل الإرشـادي للمشـاركة الإلكترونيـة للجهـات الحكوميـة، والدليـل الإرشـادي لاسـتخدام مواقـع التواصـل الاجتماعـي، وكذلـك سياسـات المشـاركة الإلكترونيـة لعينـة مـن المنظمـات الحكوميـة بالدولـة. إلـى جانـب إجـراء عـدد

مـن المقابـلات مـع مسـؤولي الاتصـال بعينـة مـن هـذه المؤسسـات. وأشـارت الدراسـة إلـى أن اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعـي يتطلـب مـن جميـع الفئـات المسـتخدمة سـواء أفـراد أو منظمـات الالتـزام بمجموعـة مـن المبادئ والمعاييـر والقيـم، وهـي القواعـد التـي بـات مـن المهـم إقرارهـا والعمـل بهـا، وتعريـف مسـتخدمي الإنترنـت بحدودهـا مـن خـلال عمليـة تدريـب وتنشـئة معرفيـة وسـلوكية لكافـة مسـتخدمي الشـبكة بهـدف إكسـابهم مهـارات الاسـتخدام الآمـن لهـذه المواقـع حفاظـاً علـى خصوصيتهـم وبياناتهـم، وأيضـاً للحفـاظ علـى المجتمـع وأفـراده ومنظماتـه، وأوصـت الدراسـة بضـرورة أن يلـم مسـتخدم الإنترنـت بالقوانيـن المعمـول بهـا فـي الدولـة، والتـي تضـع توصيفـاً دقيقـاً لمجموعـة الجرائـم أو المخالفـات التـي تنتـج عـن الاسـتخدام غيـر السـليم للشـبكة. وكذلـك أن يـدرك مسـتخدم الإنترنـت بالقواعـد الأخلاقيـة التـي تحكـم اسـتخدامه للشـبكة وتفاعلـه مـع مواقعهـا وتطبيقاتهـا، وتعبيـره عـن أفـكاره وآرائـه المختلفـة، وهـي قواعـد يعلنهـا مقدمـو الخدمـات الإلكترونيـة ومواقـع التواصـل الاجتماعـي والتـي تمثـل شـروطاً للاسـتخدام يتطلـب مـن المسـتخدم الموافقـة عليهـا أولاً حتـى يمكـن قبـول فتـح حسـابه علـى الموقـع. كمـا أن جميـع الهيئـات والمنظمـات تضـع علـى مواقعهـا الإلكترونيـة معاييـر والتزامـات أخلاقيـة يجـب علـى زائـر الموقـع أو حسـاب المنظمـة الالتـزام بهـا عنـد تفاعلـه أو تعليقـه علـى مـا ينشـر علـى الموقـع. حيـث ترتبـط هـذه المعاييـر بعـدم تجـاوز الآداب العامـة، واحتـرام الخصوصيـة، وعـدم التجـاوز ضـد فئـات معينـة، إلـى جانـب احتـرام الأديـان والثقافـات، وعـدم الإسـاءة للآخريـن. إضافـة إلـى إدراك مسـتخدم الأنترنـت بخطـورة تـداول المعلومـات والأخبـار غيـر الموثقـة وغيـر الصحيحـة، والتـي تمثـل فـي حـد ذاتهـا شـائعات تضـر المجتمـع ومؤسسـاته، وربمـا تضـر الدولـة ككل. وهنـا يجـب عليـه الأخـذ فـي الاعتبـار عـدم تقديـم أي بيانـات أو معلومـات خاصـة أو مهنيـة لأفـراد أو مواقـع غيـر معروفـه وبـدون سـبب، وعليـه أيضـاً، عـدم تصديـق مـا ينشـر علـى المواقـع والصفحـات المجهولـة وعـدم تـداول مـا ينشـر، وأخـذ المعلومـة مـن المصـدر الموثـوق فيـه. وأخيـراً أن تعمـل المؤسسـات علـى نشـر معاييـر اسـتخدامها لأدواتهـا الاجتماعيـة ومحـددات اسـتخدام الجمهـور لهـا، بمـا يتوافـق مـع القوانيـن المعمـول بهـا فـي الدولـة، وكذلـك بمـا يتوافـق مـع شـروط الاسـتخدام علـى هـذه الوسـائل، وكذلـك وفـق مـا تحـدده المؤسسـة لنفسـها مـن معاييـر.

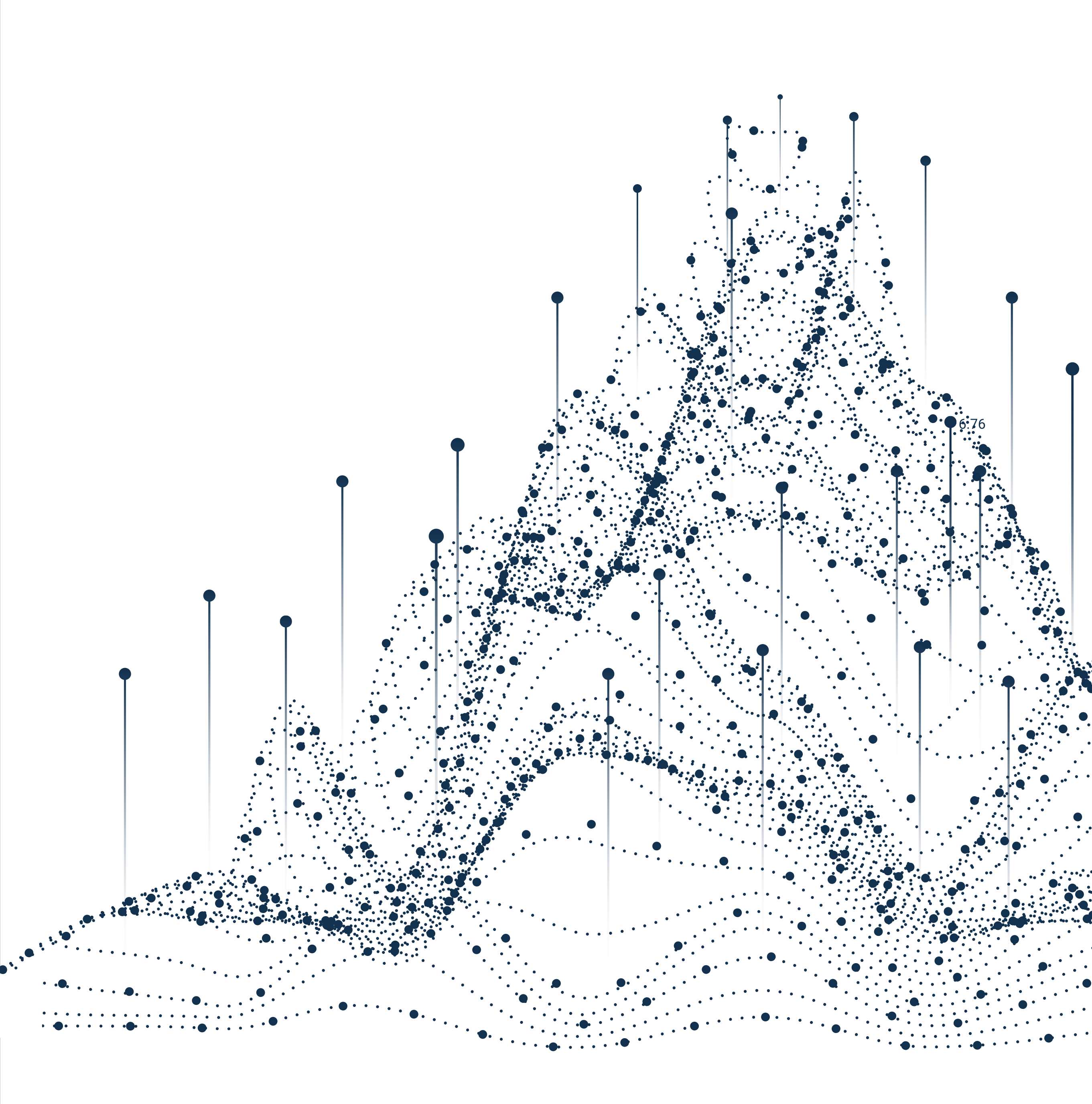
- دراسـة فـاروق والشـاوي (2017) عـن دور حمـلات الاتصـال والتسـويق الاجتماعـي فـي تنميـة الوعـي بسـلوكيات ترشـيد الاسـتهلاك: دراسـة علـى عمـلاء هيئـة كهربـاء وميـاه الشـارقة. اسـتهدفت الدراسـة التعرف علـى دور حمـلات التسـويق الاجتماعـي التـي تنفذهـا هيئـة كهرباء وميـاه الشـارقة بهـدف توعيـه المتعامليـن بسـلوكيات الترشـيد. أجريـت الدراسـة علـى عينـة مـن 300 مفـردة مـن جنسـيات وفئـات مختلفـة، حيـث توصلـت إلـى عـدد مـن النتائـج مـن أهمهـا متابعـة فئـات المتعامليـن لهـذه الحمـلات مـن خـلال عـدد مـن وسـائل الإعـلام والاتصـال فـي

مقدمتها التليفزيـون والإنترنـت. كما توصلـت إلـى أن هـذه الفئات تتبنـى عدد من السـلوكيات التـي تعمـل الحمـلات علـى التسـويق لهـا سـواء الخاصـة بترشـيد اسـتهلاك المياه أو الكهربـاء. وكشـفت الدراسـة عـن ارتفـاع نسـب التقييـم الإيجابـي لهـذه الحمـلات مـن حيـث قدرتهـا علـى التأثيـر ونشـرها لمعلومـات مهمـة واسـتخدامها لوسـائل اتصاليه وإعلاميـة ملائمـة. وأوصـت الدراسـة بأهميـة قيـام الهيئـات الحكوميـة بالرصـد المسـتمر لفاعليـة حملات التوعية والتسـويق الاجتماعـي التـي تنفذهـا، وإلـى إيجـاد تكامـل بيـن الوسـائل الاتصاليـة المسـتخدمة، إلـى جانـب مخاطبـة كافـة فئـات الجمهـور مراعيـة اختـلاف الثقافـات والاحتياجـات. وأوصـت الدراسـة بضـرورة تبنـي المؤسسـات والهيئـات الحكوميـة وغيـر الحكوميـة برامـج التسـويق الاجتماعـي والمسـؤولية الاجتماعيـة المتعلقـة باهتمامـات واحتياجـات المجتمـع وتوجهـات الدولـة مـن خـلال الرصـد المسـتمر لاحتياجات المجتمع وقضاياه لتوجيه هـذه البرامـج نحـو التعامـل معهـا. والاهتمـام بالتقييـم المسـتمر لحمـلات وبرامـج التسـويق الاجتماعـي للتعـرف علـى مـدى نجاحهـا فـي تحقيـق الأهـداف الموضوعـة. كمـا أوصـت تنويـع وسـائل الاتصـال المسـتخدمة فـي حمـلات وبرامـج التسـويق الاجتماعـي والاعتمـاد علـى وسـائل الاتصـال الحديثـة. وتطويـر الرسـائل الاتصاليـة والإقناعيـة المسـتخدمة فـي هـذه الحمـلات بمـا يتـلاءم مـع اسـتخدامات الجمهـور لهـذه الوسـائل وتوقعاتـه منهـا. وكذلـك بالاهتمـام بأنشـطة الاتصـال المباشـر بحيـث تتكامـل مـع برامـج الاتصـال عبـر وسـائل الإعـلام، وممـا يسـهم فـي إقنـاع الجمهـور بتبنـي سـلوكيات وأدوات الترشـيد. وتحقـق تفاعـلاً مباشـراً مـع القائميـن بالاتصـال فـي هـذه الحمـلات.

- دراسـة فـاروق (2018) عـن اسـتخدام العلاقـات العامـة فـي المنظمـات الحكوميـة والخاصـة بدولـة الإمـارات العربيـة لمواقـع التواصـل الاجتماعي: دراسـة علـى القائم بالاتصال والوسـيلة. واسـتهدفت الدراسـة التعـرف علـى طبيعـة اسـتخدام المنظمـات الحكوميـة والخاصـة فـي دولـة الإمـارات العربيـة لمواقـع التواصـل الاجتماعـي فـي التواصـل مـع الجمهـور وذلـك فـي إطـار نظريـة الاتصـال الحـواري فـي العلاقـات العامـة، حيـث أجـرت الدراسـة اسـتبيان علـى عينـة مـن العامليـن فـي إدارات العلاقـات العامـة والاتصـال المؤسسـي والتسـويقي بتلـك المنظمـات للتعـرف علـى اتجاهاتهـم نحـو اسـتخدام تلـك المواقـع وتقييمهـم لتوظيفهـا كوسـيلة اتصـال مـع الجمهـور، كمـا قامـت الدراسـة بتحليـل كيفيـي لمضمـون عينـة مـن حسـابات التواصـل الاجتماعـي للمنظمـات محـل الدراسـة علـى موقـع «فيـس بـوكFacebook »، وتوصلـت إلـى وجـود اتجاهـات إيجابيـة لـدى العامليـن فـي العلاقـات العامـة نحـو مواقـع التواصـل الاجتماعـي كوسـيلة اتصـال للمنظمـة ، وإلـى تعـدد أسـباب اسـتخدامها. وتوصلـت أيضـاً إلـى تنـوع الاسـتراتيجيات الاتصاليـة المسـتخدمة عبـر هـذه المواقـع وتنـوع أدوات وأشـكال الرسـالة الاتصاليـة المقدمـة مـن خلالهـا وكذلـك تعـدد مضاميـن المحتـوى مـن حيـث الهـدف وأسـلوب التقديـم وطبيعـة مشـاركة الجمهـور. وتوصلـت الدراسـة إلـى وجـود فـروق ذات دلالـة

إحصائية لصالح المنظمات الحكومية في اتجاه العاملين بالعلاقات العامة الإيجابي نحو هذه المواقع وكذلك في تقييم نتائج استخدامها في التفاعل مع الجمهور.

- دراسة كامل (2018) عن إدراك المواطنين في دولة الإمارات لبرامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الخدمية بالشارقة: دراسة على طيران العربية وهيئة كهرباء ومياه الشارقة. حيث استهدفت الدراسة التعرف على تقييم المتعاملين لبرامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمتين، وقدرة هذه البرامج على بناء الصورة والسمعة الطيبة لهما، إلى جانب مدة استجابة ومشاركة المتعاملين مع هذه البرامج. طبقت الدراسة على عينة من 300 متعامل وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها: متابعة المتعاملين لبرامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمتين خاصة البرامج الخاصة بالتطوع والدعم الاجتماعي والإنساني والبيئة، وبينت الدراسة قدرة هذه البرامج على بناء الصورة والسمعة الطيبة للمنظمتين. مشيرة إلى أن المصدر الرئيس للتعرف على الأنشطة الاجتماعية لهيئة كهرباء ومياه الشارقة يأتي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها، بينما يأتي من خلال الموقع الإلكتروني لطيران العربية. كما أشارت النتائج إلى محدودية مشاركة المتعاملين في هذه البرامج والذين أشاروا أيضاً إلى ضرورة الاهتمام ببرامج ومبادرات التعليم والصحة. وأوصت الدراسة بضرورة تنويع برامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمين وبضرورة الاهتمام بالتعريف بالمبادرات المقدمة في هذا الشأن وبدفع المتعاملين للاستجابة لها والمشاركة فيها.


6.76



# الخاتمة

# الخاتمة

للا شك أن الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي حيوي قد حظي بنصيب لا بأس به من التطوير المهني والدراسة العلمية والبحثية في مناطق العالم المختلفة وفي دولة الإمارات العربية المتحدة. وقد بات واضحاً مستوى التأثير الذي أحدثته ثورة المعلومات الرقمية في هذا القطاع من حيث الممارسات والقيم الاتصالية والمفاهيم والمنهجيات اللازمة لمقاربته من الناحيتين المهنية والعلمية. كما أن هذا التأثير التكنولوجي أصبح واضحاً أيضاً في تطور النظرة الحكومية للاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي تصب مخرجاته وتؤثر في مخرجات جميع القطاعات الأخرى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية للجهات الحكومية، وبالتالي فهو عامل مهم من عوامل رفع الأداء وتحسين الإنتاجية والخدمات. وحيث أن الدراسات العلمية حول الاتصال الحكومي هي محاولات بحثية لتقصي واقع الممارسات المهنية في هذا القطاع، فإن هذا الدليل قد سعى لإبراز التقاطعات المختلفة بين الممارسات المهنية كما تتجلى في واقع الاتصال الحكومي من وجهة نظر المهنيين وواقع التوجهات العملية والنظرية التي يستخدمها الباحثون لمقاربة هذا القطاع. وقد عرض هذا الدليل التقاطعات المهنية والبحثية ممثلة بالنظرة لقطاع الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي، وتأكيد أهمية الاتصال الحكومي كفضاء رقمي مفتوح، والأهمية القصوى للاتصال الحكومي في التعامل مع الأزمات والطوارئ، وأهمية التفاعل والحوار في منصات التواصل الاجتماعي، إضافة لأهمية التركيز على تقصي احتياجات واهتمامات الجمهور المتلقي وقياسها وتوظيف نتائجها في تطوير المفاهيم النظرية أو الممارسات العملية لهذا القطاع.

لقد أشارت نتائج هذه الدراسات إلى أهمية وجود سياسات وخطط اتصالية على المستوى الحكومي العام وعلى مستوى المؤسسات الحكومية لتحقيق أهداف معرفية تتمثل في تقديم البيانات والمعلومات الحكومية، ونشر الأخبار الخاصة بالدولة والأعمال الحكومية. وتحقيق أهداف التواصل مع الجمهور عبر رصد أراءه والتعرف على حاجاته وتقييمه للأداء، وكذلك عبر تسهيل عملية مشاركته في اتخاذ القرار الحكومي. وأكدت هذه الدراسات على ضرورة تبنى الاتصال الحكومي لمعايير الدقة والشفافية ومراعاة الأبعاد الثقافية والاجتماعية والإنسانية. وأشارت كذلك إلى أهمية توظيف وسائل الاتصال الحديثة والتطبيقات الذكية في هذا المجال. وكشفت الدراسات على أهمية الاتصال الحكومي على المستوى المؤسسي الداخلي، وعلى المستوى المجتمعي المحلي، وكذلك على مستوى الدولة، فضلاً على أهميته على المستوى الخارجي الدولي. وعلى صعيد الاتصال الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة يمكن القول إن هناك محددات تحكمه تتلخص في ما يلي:

**أن الاتصال الحكومي ينبع من قيم الدولة.**

**اتصال يهدف إلى تحقيق رؤية الحكومة واستراتيجيتها.**

**يعتمد على معايير وضوابط ثقافية واجتماعية ومهنية.**

**يستهدف التواصل الفعال مع كافة فئات المتعاملين.**

**يستخدم وسائل اتصال متنوعة.**

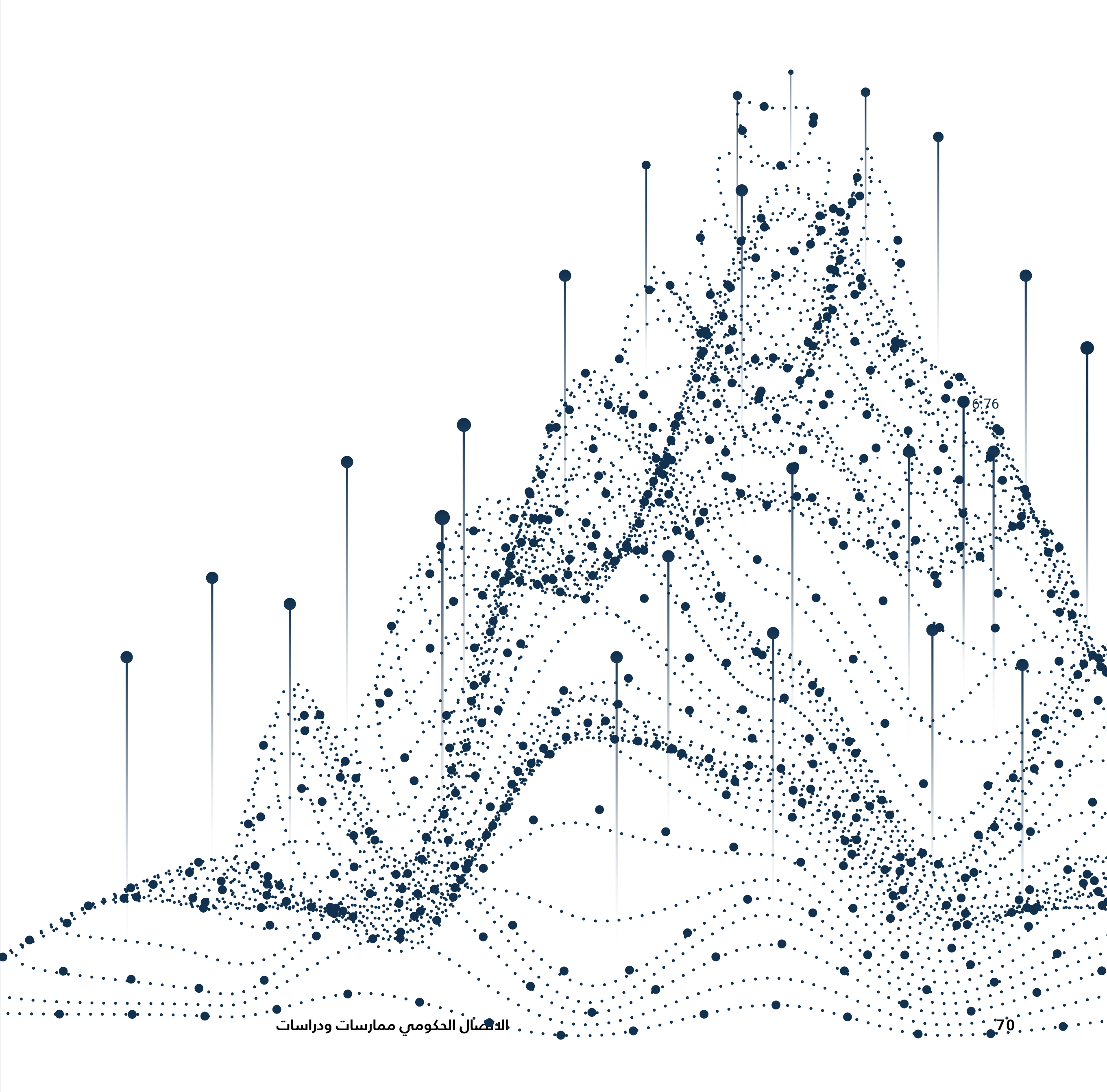
**آخذاً الاعتبار أهمية الوسائل الاتصالية الحديثة.**

ومـن ناحيـة أخـرى، فـلا بـد مـن الإشـارة إلـى أن وجـود حاجـة لاستكشـاف آفـاق جديـدة فـي الاتصـال الحكومـي أصبحـت جـزءاً مـن الممارسـات العمليـة فـي هـذا القطـاع ولكنهـا لـم تحـظ بعـد بمقاربـات بحثيـة وعلميـة. ومـن الأمثلـة علـى ذلـك توظيـف مفهـوم حكايـة القصـص Storytelling في حكاية القصـص الحكوميـة، وهـي ممارسـة أصبحـت مألوفـة فـي بيئـة الاتصـال الحكومـي ولكنهـا لـم تظفـر باهتمـام كافـي فـي البحـوث العلميـة مـن حيـث منهجيتهـا ومحتواهـا وتأثيراتهـا فـي مخرجـات الاتصـال الحكومـي مقارنـة مـع الصيـغ الأخـرى فـي نقـل المعلومـات للجماهيـر. كمـا نعلـم، فـإن أسـلوب حكايـة القصـص أصبـح منهجـاً متأصـلاً فـي ممارسـات الإدارة، وأصبـح جـزءاً لا يتجـزأ مـن سـمات الشـخصية القياديـة الناجحـة فـي جميـع القطاعـات الحكوميـة وعلـى رأسـها قطـاع الاتصـال الحكومـي. فقـد أثبتـت الدراسـات العلميـة والتجـارب العمليـة أن توصيـل المعلومـات والأفـكار مـن خـلال أسـلوب حكايـة القصـص يتـرك أثـراً أكبـر فـي نفـس المتلقيـن لأنـه يتميـز بالبسـاطة والقـدرة علـى التذكـر، واسـتخدام التفاعـل، وتوظيـف الوسـائط المتعـددة، وغيـر ذلـك.

كما أن اتجاهـات ممارسـة الاتصـال الحكومـي حـول العالـم تؤكـد أهميـة توظيف البيانـات والتحليلات الاجتماعيـة فـي التفاعـل مـع الجماهيـر المتلقيـة، خصوصـاً فـي شـبكات التواصـل الاجتماعـي والإنترنـت. ففـي كثيـر مـن المؤسسـات حـول العالـم، باتـت البيانـات السـحابية Cloud Data تمثـل جانبـاً ضروريـاً مـن جوانـب نجـاح الاتصـال الحكومـي لأنـه يمثـل مـورداً مهمـاً يتيـح للجهـات الحكوميـة رصـد ومتابعـة وتحليـل التفاعـلات الشـبكيةOnline Engagements بشـكل علمـي ومباشـر ودقيـق وتوظيـف النتائـج فـي عمليـة التطويـر لممارسـات العمـل. وحيـث أن البيانـات الضخمـة Big Data والسـحابية قـد أضحـت جـزءاً لا يتجـزأ مـن ممارسـات العمـل اليوميـة والاسـتراتيجية للاتصـال الحكومـي، فـلا بـد للباحثيـن مـن مقاربـة هـذا الموضـوع بأسـاليب علميـة ومنهجيـة لمعرفـة مـدى اسـتفادة المؤسسـات الحكوميـة مـن هـذا المـورد، وكيـف تقـوم بتوظيفـه فـي خدمـة التقييـم المسـتمر لـلأداء.

وهنـاك محـور ثالـث لممارسـة الاتصـال الحكومـي لـم يعـره الباحثـون اهتمامـا يسـتحقه ويتمثـل بصناعـة المحتـوى الإعلامـي الرقمـي فـي بيئـة الاتصـال ال حكومـي، حيـث تركـز الأبحـاث الحاليـة علـى الأسـاليب التقليديـة فـي صياغـة الرسـائل الاتصاليـة مـع الإشـارة لبعـض الجوانـب الرقميـة. وهنـا لا بـد مـن التأكيـد علـى أن ممارسـة الاتصـال الحكومـي أصبحـت تعتمـد أكثـر فأكثـر علـى محتـوى رقمـي ومتكامـل يتـم انتاجـه بشـكل وسـائطي متعـدد وباسـتخدام منصـات متنوعـة، مـن

قبل أفراد متعددي المهارات والوظائف في إطار مفهوم الإدماج الإعلامي في العمل Media Convergence وهو ما يعني أن الوظائف الأحادية التركيز في إنتاج المحتوى لم تعد موجودة في الاتصال الحكومي، ومن المفيد أن يتم استقصاء كيفية تعامل المنظمات الحكومية مع المحتوى الرقمي المصنوع عبر منصات متنوعة. ويمكن أن تركز أسئلة البحث على آليات صناعة المحتوى ومدى تكاملها، والتقاطعات الموجودة بين صانعي المحتوى، وخطط نشر المحتوى وتوصيله، منهجيات تقييم تأثيره، وطبيعة التفاعلات لاتي يحدثها في أوساط.


6.76

# قائمة المراجع والدراسات:



- ATKINSON, C. L. (2014). Crisis Communication in Dark Times: The 2011 Mouse River Flood in Minot, North Dakota. International Journal Of Communication (19328036), 813941414-.

- Bakker, M. H., Bommel, M.V., Kerstholt, J. H., & Giebels, E. (2018). The influence of accountability for the crisis and type of crisis communication on people's behavior, feelings and relationship with the government. Public Relations Review, 44(2), 277286-. doi:10.1016/j.pubrev.2018.02.004

- Bellström, P. (2017). What do Page Users Ask About? A Content Analysis of Page User Posts on a Local Government Facebook Page. In Paspallis, N., Raspopoulos, M. Barry, M. Lang, H. Linger, & C. Schneider (Eds.), Information Systems Development: Advances in Methods, Tools and Management (ISD2017 Proceedings). Larnaca, Cyprus: University of Central Lancashire Cyprus. ISBN: 978-9963-6-3-2288. http://aisel.aisnet.org/isd2014/proceedings2017/General/5

- Bertot, J. C., Jaeger. P.T., & Grimes. J. M. (2010), Using ICT to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies, Government Information Quarterly pp. 264271-.

- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. & Flores. F. (2012), Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in Municipalities, Government Information Quarterly, 29, pp. 123132-.

- Ricardo, C. P. (2015). The genre ‹about us›: A case study of banks› corporate webpages,International Journal Of Language Studies, Vol 9(2), 6996-.

- Chalhoub, M. S. (2010) Public Attitudes towards Government Restructuring of IT Public Services: Application to e-Government in the Middle East. International Journal of Management, 27.3 541561,580-.

- Bi, C. N., Zhang, F. R. & Ha, L. (2018). The Government›s Public Health Crisis Response Strategies and Online Opinion Leaders in China: A Case Study of the 2016 Illegal Expired Vaccine Scandal. China Media Research,14(2), 1628-.

- Chen, N. (2009). Institutionalizing public relations: A case study of Chinese government crisis communication on the 2008 Sichuan earthquake. Public Relations Review, 35 (3), 187198-. doi:10.1016/j.pubrev.2009.05.010

- Darwish, E. B. (2017). The effectiveness of the use of social media in government communication in the UAE. Journal Of Arab & Muslim Media Research, 10(1), 41-63. doi:10.1386/jammr.10.1.41_1

- ERAY, T. E. (2016). Utilization of Corporate Websites as a Dialogic Public Relations Tool in Turkey. Global Media Journal: Turkish Edition, Vol 6(12), 201213-.

- Abdelsalam, H. M., Reddick, C. G., Gamal, S. & Al-Shaar, A. (2013), Social media in Egyptian government websites: Presence, usage, and effectiveness ,Government information Quarterly, Vol. 30, pp. 406-416.
- Abu-Shanab, E. A. (2017). E-government familiarity influence on Jordanians' perceptions. Telematics & Informatics, Vol 34(1), 103113-. doi:10.1016/j.tele.2016.05.001
- Agerdal-Hjermind, A. & Valentini, C. (2015). Blogging as a Communication Strategy for Government Agencies: A Danish Case Study. International Journal Of Strategic Communication, 9(4), 293315-. doi:10.10801553118/X.2015.1025406
- Agostion, D. (2013), Using social media to engage citizens: A study of Italian Municipalities, Public Relations Review, 39, pp. 232234-.
- Ahmed, N. (2006). An overview of e-participation models. UN Department of Economic and Social Affairs (UNDESA). Retrieved May 5, 2011 from http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan023622.pdf.
- Alateyah, S. A., Crowder, R. M. & Wills, G. B. (2014). Identified factors affecting the intention of Saudi Arabian citizens to adopt e-government services. International Journal of Innovation, Management and Technology, 5(4), 280286-. doi:http://dx.doi.org/10.7763/IJIMT.2014.V5.527
- Alfonso, G. &  Miguel, R.(2006) Trends in online media relations: Web-based corporate press rooms in leading international companies, Public Relations Review, Vol 32, Issue 3, 267275-, ISSN 03638111-, http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.05.003.
- Al-Jaghoub, S., Al-Yaseen, H. & Al-Hourani, M. (2010). Evaluation of awareness and acceptability of using e-government services in developing countries: The case of jordan. Electronic Journal of Information Systems Evaluation, 13(1), 18-. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/856422884?accountid=42604
- Allahawiah, S. R. (2013) Factors Affecting the Use of E-Services from User Perspectives: A Case Study of Al-Balqa' Applied University, Journal of Management Research, Vol. 5, No. 2,pp.4564-
- Ayish, M.(2005). Virtual public relations in the United Arab Emirates: A case study of 20 UAE organizations' use of the Internet, Public Relations Review, 31(3),381338-
- HASDEM�R, T. A. (2016). Right to Information and Communication between Government and Citizens: Identifying Continuities and Discontinuities in the Practices of Turkey at the 10th Anniversary of the Law on Right to Information. Journal Of Communication Theory & Research / Iletisim Kuram Ve Arastirma Dergisi, 2016(43), 6476-

- Ho , A. T. & Cho, W. (2017). Government Communication Effectiveness and Satisfaction with Police Performance: A Large-Scale Survey Study, Public Administration Review,vol77:2.pp.228239-

- Holland, T. (2015). Social Networks as Sites of e-Participation in Local Government. Global Media Journal: Australian Edition, Vol 9(1), 3845-

- Hong, H. (2013), Government Websites and Social Media›s Influence on Government Public Relationships, Public Relations Review, 39, pp. 346356-. http://unpan3.un.org)/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/Complete-Survey-Arabic-2014.pdf

- JANSEN, P., Stoep, J. & JOCHEMSEN, H. (2017). Theorizing government communication with regard to the Dutch nature policy. Empedocles: European Journal For The Philosophy Of Communication, 8(1), 95113-. doi:10.1386/ejpc.8.1.95_1

- Jiang, J. & Wei, R. (2013). Power distance and online organization–public relationship building: a comparative analysis of US and Chinese corporate websites. Chinese Journal Of Communication, 6(1), 81102-. doi:10.1080/17544750.2013.753501

- Kamel , Reem ( 2018) Customer perception of social responsibility of service corporates in UAE, thesis , university of Sharjah , College of communication

- Kim, B., Hong, S., & Cameron, G. T. (2014). What Corporations Say Matters More than What They Say They Do? A Test of a Truth Claim and Transparency in Press Releases on Corporate Websites and Facebook Pages. Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 91(4), 811-829. doi:10.11771077699014550087/

- Kim, S. & Krishna, A. (2018). Unpacking Public Sentiment Toward the Government: How Citizens' Perceptions of Government Communication Strategies Impact Public Engagement, Cynicism, and Communication Behaviors in South Korea. International Journal Of Strategic Communication, 12(3), 215236-. doi:10.10801553118/X.2018.1448400

- Lee ,J. , Kim ,H. J. & Ahn, M. J. (2011) The willingness of e-Government service adoption by business users: The role of offline service quality and trust in technology, Government Information Quarterly, 28 , 222–230

- Lee, K. (2009). How the Hong Kong government lost the public trust in SARS: Insights for government communication in a health crisis. Public Relations Review, 35(1), 7476-. doi:10.1016/j.pubrev.2008.06.00

- Liang, S. & Lu, H.(2013). Adoption of e-government services: An empirical study of the online tax filing system in taiwan. Online Information Review, 37(3), 424442-. doi:http://dx.doi.org/10.1108/OIR-01-2012-0004.

- Felczak, M., Smith, R., & Glass, G. (2009). Communicating with (Some) Canadians: Communication Rights and Government Online in Canada. Canadian Journal Of Communication, Vol 34(3), 435460-

- Fredriksson, M., & Pallas, J. (2016). Diverging Principles for Strategic Communication in Government Agencies. International Journal Of Strategic Communication, 10(3), 153164-. doi:10.108 01553118/X.2016.1176571

- Gatti, M. C. (2011). The Language of Competence in Corporate Histories for Company Websites. Journal Of Business Communication, Vol 48(4), 482502-. doi:10.11770021943611414543/

- Giselle A. A., (2013), Fostering democracy through social media: Evaluating diametrically opposed nonprofit advocacy organization›s use of Facebook, Twitter, and Youtube, Public Relations Review, 39, pp. 369376-.

- Goldfinch, S., Gauld, R. & Herbison, P. (2009)The Participation Divide? Political Participation, Trust in Government, and E-government in Australia and New Zealand, Australian journal of public admenstration, Vo 68, Issue3 ,https://doi.org/10.1111/j.14678500.2009.00643-.x

- Goulart, E. & Gollner, A., (2012), Facebook as an Organizational Communication Tool: a Brazilian study. In T. Amiel & B. Wilson (Eds.), Proceedings of World conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2012 (pp. 37-42). Chesapeake, VA: AACE. Retrived January 20, 2014 from http://www.editlib.org/p/407255.

- Government Communications(2008), Report with Evidence, Published by the Authority of the House of Lords, United Kingdom

- Graham, M. W., Avery, E. J. & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. Public Relations Review,41(3), 386394-. doi:10.1016/j.pubrev.2015.02.001

- Guillory, J. & Sundar, S. S. (2008). Can Interactivity in Corporate Websites Influence Public Perceptions of Organizations?. Conference Papers , 67th International Communication Association Conference, Montreal, Quebec CANADA - 2226- May 2008

- Halaris, C. , Magoutas, B. , Papadomichelaki, X. & Mentzas, G. (2007) Classification and synthesis of quality approaches in e-government services, Internet Research, Vol. 17 Iss: 4, pp.378 – 401

- Hazlett, S. A. & Hill ,F. (2003) «E-government: the realities of using IT to transform the public sector», Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 13 Iss: 6, pp.445 – 452

- Oliveira, G. & Welch, E. W., (2013), Social media use in local government : Linkage of technology, task, and Organizational context, Government Information Quarterly, 30, pp. 397405-.

- Orgeron, C. P., Goodman, D. (2008). Evaluating citizen adoption and satisfaction of e-government in mississippi. (Order No. 3296735, Mississippi State University). ProQuest Dissertations and Theses, 184. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/304515764?accountid=42604

- Paek, H., Hove, T., Jung, Y. & Cole, R.T. (2013), Engagement across three social media platforms: An exploratory study of A cause-related PR Campaign, Public Relations Review, 39, pp. 526533-.

- Quinn, P. (2018),Crisis Communication in Public Health Emergencies: The Limits of 'Legal Control' and the Risks for Harmful Outcomes in a Digital Age, Life Sciences, Society and Policy,14:4 https://doi.org/10.1186/s405040-0067-018-

- Pettigrew, J. E. & Reber, B. H. (2011). Journalists' opinions and attitudes about dialogic components of corporate websites. Public Relations Review, 37(4), 422424-. doi:10.1016/j.pubrev.2011.07.001

- Pollach, I. (2011). The Readership of Corporate Websites. Journal Of Business Communication, 48(1), 2753-. doi:10.1177002194361038565 7/

- Ruijer, Erna.2016, The role of Government Communication Officials, The American Review of Public Administration, vol.47,3:pp.354375-

- Salomonsen, H. H., Frandsen, F. & Johansen, W. (2016). Civil Servant Involvement in the Strategic Communication of Central Government Organizations: Mediatization and Functional Politicization. International Journal of Strategic Communication, 10(3), 207–221. https://doi.org/10.1080155311/8X.2016.1176568

- Sandoval-Almazan, R.  & Gil-Garcia, J. R.(2012)  Are government internet portals evolving towards more interaction, participation, and collaboration? Revisiting the rhetoric of e-government among municipalities, Government Information Quarterly, Vol 29, 7282-

- Sanina, A., Balashov, A., Rubtcova, M. & Satinsky, D. (2017). The effectiveness of communication channels in government and business communication. Information Polity. 22. 110.3233 .17-/IP-170415.

- Santos, J.  (2003) E-service quality: a model of virtual service quality dimensions, Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 13 Iss: 3, pp.233 – 246

- Schultz, F. & Raupp, J. (2010). The social construction of crises in governmental and corporate communications: An inter-organizational and inter-systemic analysis. Public Relations Review, 36(2), 112–119.https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.11.002

- Linders, D. (2012) From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media, Government Information Quarterly, 29, pp. 446424-.
- Liu , B. F. & Horsley, J. S. (2007)The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector, Journal of Public Relations Research Volume 19, Issue 4,pp 377393- https://doi.org/10.108010627260701402473/
- Liu, B. F., Horsley, J. S. & Levenshus, A. B. (2010). Government and Corporate Communication Practices: Do the Differences Matter?. Journal Of Applied Communication Research, 38(2), 189213-. doi:10.108000909881003639528/
- López, C. R., & Crespo, M. C. (2017). Exploring the dynamics of the legitimacy judgment about the public sector: the case of the Spanish Ministry of Education and its media legitimacy (20112015-). Communication & Society,30(3), 215228-. doi:10.15581228-003.30.3.215/
- Lorca, P., de Andrés, J. & Martínez, A.B. (2016). Does Web accessibility differ among banks. World Wide Web ,Vol 19(3), 351373- doi:10.1007/s112800-0314-014-
- Lovejoy, K & Saxton, G. D.(2012). Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media. Journal of Computer Mediated Communication, vol. 17, pp. 3372012 ,353-
- Maynard, M., & Yan, T. (2004). Between global and glocal: content analysis of the Chinese Web Sites of the 100 top global brands. Public Relations Review, 30(3), 285291-. doi:10.1016/j.pubrev.2004.04.00
- McAllister-Spooner, S. M. (2009), Fulfilling the dialogic promise: A ten-year reflective survey on dialogic Internet principles, Public Relations Review 35 ,pp.320–322
- Mergel, I. (2013), Social media adoption and resulting tactics in the U.S. Federal Government, Government Information Quarterly, 30, pp. 123130-.
- Mohammed, I., Guillet, B. D., Schuckert, M. & Law, R. (2016). An Empirical Investigation of Corporate Identity Communication on Hong Kong Hotels' Websites ,Journal Of Hospitality Marketing & Management ,Vol. 25 , Iss. 6.
- Mostafa, M. M. & El-Masry, A. A. (2013). CITIZENS AS CONSUMERS: PROFILING E-GOVERNMENT SERVICES› USERS IN EGYPT VIA DATA MINING TECHNIQUES. Paper presented at the 583591-. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/1542129299?accountid=42604
- Ohlrogge, A. & Suggs, L. S.(2018) Flu vaccination communication in Europe: What does the government communicate and how?,Vaccine,ISSN 0264410-X,https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2018.04.042. http ://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X18305255

- فاروق، أحمد. (2017). معايير بناء الموقع الإلكتروني للمنظمات الحكومية نموذج مقترح في ضوء مدخل الاتصال المستدام، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني والعشرين لجمعية أساتذة الإعلام العربية الأمريكية بعنوان « الصحافة والإعلام في عصر المعلومات الفورية « المنعقد في الجامعة الأمريكية بالقاهرة خلال الفترة من 21 إلى 24 أكتوبر 2017.

- فاروق، أحمد والشاوي، عبير.(2017). دور حملات الاتصال والتسويق الاجتماعي في تنمية وعي المتعاملين مع هيئة كهرباء ومياه الشارقة بسلوكيات ترشيد الاستهلاك، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، كلية الإعلام ، جامعة الأهرام الكندية ، العدد 16 ، السنة الخامسة ، يناير / مارس، 2017

- فاروق، أحمد. (2017) . القواعد القانونية والأخلاقية للاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدولة الإمارات العربية المتحدة ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، كلية الإعلام ، جامعة الأهرام الكندية ، العدد 17 ، السنة الخامسة ، أبريل/ يونيو، 2017. ص ص 26-39
- فاروق، أحمد. (2018). « استخدام العلاقات العامة في المنظمات الحكومية والخاصة بدولة الإمارات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي : دراسة على القائم بالاتصال والوسيلة « ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد 65، اكتوبر / ديسمبر.

- عنبر، أمل. (2013). استخدام العلاقات العامة للإنترنت كأداة للتواصل مع الجمهور ، الإمارات : وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع

- منتصر، أمل.(2016). الاتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 65 ، أبريل / يونيو . ص ص 465-530

Communication Review, 20(1), 26–49. https://doi.org/10.108010714421.2016.127/1649

- Zakaria, Z., Kamarudin, N., Hussin, Z. H., Noordin, N. & Sawal, M. Z. H. M., (2011). Customer satisfaction towards e-services provided by municipal services: A case study in majlis perbandaran sungai petani (MPSPK). Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 2(12), 3143-. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/876010706?accountid=42604.

- Zhang, J., & Chen, Y. (2015). Enhancing open government information performance: a study of institutional capacity and organizational arrangement in China. Chinese Journal Of Communication, Vol 8(2), 160176-. doi:10.108017544750.2014.993410/

- فاروق، أحمد .(2012). « أدوات الاتصال التفاعلي المستخدمة في المواقع الإلكترونية الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة « مجلة التنمية والاتصال ، دار النهضة العربية ، لبنان ، العدد الرابع ، يناير 2012. ص ص -7 24

- فاروق، أحمد. (2013).» معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية: دولة الإمارات العربية نموذجاً نحو التحول إلى الحكومة الذكية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد الثالث ، 2013، كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية .ص ص 192-209

- فاروق، أحمد. (2017). إدراك الجمهور الإماراتي لجودة الاتصال الحكومي عبر الإنترنت ،المجلة الجزائرية للاتصال ، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، العدد 26

- Sharma, G. , Xi, B. & Wang, Q.(2012) Empirical Investigation on Adoption of E-governance Services in Developing Countries and Ethical Issues, International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, Volume 2, Issue 12,pp.1927-

- Simmons, W. M., & Zoetewey, M. W. (2012). Productive Usability: Fostering Civic Engagement and Creating More Useful Online Spaces for Public Deliberation. Technical Communication Quarterly, 21(3), 251276-. doi:10.108010572252.2012.67395/3

- Smith, B. G. (2010), Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and Interactivity in Social Media, Public Relations Review, 36,PP.329335-.

- Soon, C., & Soh, Y. D. (2014). Engagement@web 2.0 between the government and citizens in Singapore: dialogic communication on Facebook?. Asian Journal Of Communication, 24(1), 4259-. doi:10.108001292986.2013.851722/

- Soukenik, Š. (2018). Towards a stakeholders model of government communication : A case study of the CZECH REPUBLIC. Communication Today, 9(1), 2037-.

- Suarez-Torrente, M., Conde-Clemente, P., Martínez, A. B. & Juan, A. A. (2016). Improving web user satisfaction by ensuring usability criteria compliance. Online Information Review, 40(2), 187203-. Retrieved from https://search.proquest.com/docview/1776786041?accountid=42604

- Vorvoreamu, M. (2009), Perceptions of corporations on facebook: An analysis of facebook social norms, Journal of New Communications Research, Vol IV, Iss (1), pp. 6787-.

- Wonsun, S. & Jisu, H. (2009). Multinational corporate website strategies and influencing factors: A comparison of US and Korean corporate websites. Journal Of Marketing Communications, Vol 15(5), 287310-. doi:10.108013527260802481207/

- Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2012) Examining How Social and Emerging Media Have Been Used in Public Relations Between 2006 and 2012: A Longitudinal Analysis, Public Relations Journal, Vol. 6, No. 4.retrived on March 1,2014. http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol6/No4/

- Wu, Y., & Bauer, J. M. (2009). E-Government and Citizen Participation in Developing Countries: The Case of China. International Communication Association Conference, Chicago, USA , 2125- May 2009

- Yang ,Z. , Jun, M. & Peterson ,R. T. (2004) Measuring customer perceived online service quality: Scale development and managerial implications, International Journal of Operations & Production Management, Vol. 24 Iss: 11, pp.1149 – 1174

- Youmans, W. L. (2017). How the Central Intelligence Agency recruited Arab Detroit: Government communication, interpellation and citizenship.

- الديب، أمنية . (2016). تقييم فاعلية توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في إدارة الأزمات التي تواجه المنظمات العاملة في مصر، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة

- الصيفي، حسن. (2016). « تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية «، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 15 ( مايو : 2016) ، ص ص 182-143

- عياد، خيرت .(2006). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال : دراسة على عينة من المؤسسات الخدمية والانتاجية بمملكة البحرين ، مجلة بحوث الرأي العام ، المجلد السابع ، العدد الأول ، 2006.

- عياد، خيرت. (2012). معالجة العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في طيران الأمارات لأزمة الرماد البركاني ، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 9 ، العدد 2، ص ص149-176

- عياد، خيرت وفاروق، أحمد.(2015). العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الإنترنت ( القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2015)

- عياد، خيرت. (2016). العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ووسائل الإعلام : دراسة على المؤسسات الحكومية في إمارة دبي، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 13 ، العدد 1، ص ص 1-28

- سليمان، شريفة . (2009). دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية: دراسة حالة على إمارة دبي، أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

- سليمان، شريفة. (2016). استخدام الاتصال الحكومي في تعزيز الهوية الوطنية: دولة الإمارات نموذجاً، مجلة شئون اجتماعية ، العدد 130. ص ص 43-85

- البوسميط، عائشة. ( 2016). الاتصال الحكومي المؤسسي ( الإمارات العربية المتحدة ،كتاب ، 2016 )

- السويدي، عائشة. (2016). استخدام المتعاملين للمواقع الإلكترونية للهيئات والدوائر الحكومية في إمارة الشارقة ، رسالة ماجستير ، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة.

